

**ANALISIS DAYA SAING TIGA PRODUK INDONESIA  
TERHADAP PRODUK CINA**

**SKRIPSI**

**MUTIA  
06 06 07 73 65**



**UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS TEKNIK  
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
DEPOK  
JUNI 2010**

**ANALISIS DAYA SAING TIGA PRODUK INDONESIA  
TERHADAP PRODUK CINA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Teknik**

**MUTIA  
06 06 07 73 65**



**UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS TEKNIK  
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
DEPOK  
JUNI 2010**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,**

**Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk**

**Telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Mutia**

**NPM : 0606077365**

**Tanda Tangan :**

**Tanggal : 22 Juni 2010**



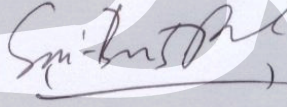
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Mutia  
NPM : 0606077365  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Skripsi : Analisis Daya Saing Tiga Produk Indonesia  
terhadap Produk Cina

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik, Universitas Indonesia

### DEWAN PENGUJI

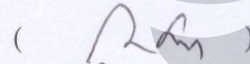
Pembimbing : Ir. Sri Bintang Pamungkas, MSISE, PhD



Penguji : Prof. Dr. Ir. T. Yuri M. Zagloel, M.Eng.Sc



Penguji : Ir. Rahmat Nurcahyo, M. Eng. Sc



Penguji : Ir. Dendi P. Ishak, MSIE



Ditetapkan di : Depok

Tanggal : Juli 2010

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan bagi Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan pada waktunya. Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Ibu, Ayah dan Tiara beserta seluruh keluarga besar atas perhatian, semangat, dan berbagai dukungan lainnya yang diberikan kepada penulis.
2. Bapak Sri Bintang Pamungkas, MSISE Ph.D., selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan, semangat, dan bantuannya.
3. Ibu Fauzia Dianawati, Bapak Dendy serta Bapak Joko atas bantuan dan masukan dalam penelitian ini.
4. Bapak T. Yuri M. Zagloel serta seluruh pengajar Teknik Industri UI.
5. Ibu Har, Mbak Willy beserta staf sekretariat Jurusan Teknik Industri atas bantuannya yang begitu besar dalam pengurusan dokumen.
6. Bapak Haryono, Bapak Mahyudi beserta Bapak H. Rossyd, atas bantuannya yang sangat besar terhadap penulis, terima kasih untuk bantuannya dalam pengumpulan data untuk skripsi ini.
7. Fitria, Rizky, Lintang dan Kaniadevi atas bantuan dalam pengerjaan skripsi serta doa, semangat dan dukungannya dalam perjuangan bersama ini.
8. Serta semua teman-teman 2006 yang selalu memberi dukungan selama ini.
9. Teman-teman pengrajin dan para pedagang yang telah meluangkan waktunya untuk membantu lancarnya skripsi ini.
10. Dan semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, oleh karena masukan, kritik, dan saran sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah wacana dan wawasan bagi semua pihak.

Depok, 22 Juni 2010

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutia  
NPM : 0606077365  
Program Studi : Teknik Industri  
Departemen : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul :

**Analisis Daya Saing Tiga Produk Indonesia terhadap Produk Cina**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (datahouse), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 22 Juni 2010

Yang menyatakan

(Mutia)

## ABSTRAK

Nama : Mutia  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul : Analisis Daya Saing Tiga Produk Indonesia terhadap Produk Cina

Penelitian dalam skripsi ini bertujuan untuk mengetahui daya saing produk Indonesia terhadap produk Cina di pasar dalam negeri dan luar negeri dalam menghadapi CAFTA (China ASEAN Free Trade Area). Produk-produk yang menjadi objek studi adalah pakaian anak perempuan, sepatu kulit asli dan boneka isi. Variabel-variabel yang digunakan sebagai analisis pembandingan daya saing tersebut adalah struktur biaya, harga dan kualitas. Analisis dilanjutkan dengan melihat kemampuan ketiga produk lokal dalam menghasilkan devisa atau yang biasa kita kenal dengan efisiensi perusahaan dalam menghemat atau menghasilkan devisa melalui *domestic resource cost* dengan yaitu dengan melihat proporsi biaya sumber daya lokal dan biaya sumber daya luar negeri dalam menghasilkan nilai tambah.

Kata Kunci :

Daya saing, CAFTA, struktur biaya, *domestic resource cost*

## ABSTRACT

Name : Mutia  
Study Program : Industrial Engineering  
Title : Analyzing Competitiveness of Three Indonesian Products  
towards Chinese Product

The purpose of this research is to see the competitiveness of some Indonesian products against Chinese products in local market and foreign market facing CAFTA (China ASEAN Free Trade Area) agreement. The products under the study are girls clothing, leather shoes and stuffed toys. Variables used for the competitive analysis are cost structure, price and quality. The analysis is followed by looking at the ability of the three local products in producing or saving foreign exchange through the calculation of what is known as the domestic resource cost, that is the proportion of the cost of local resources and the foreign resources in producing added value.

Keywords:

Product competitiveness, CAFTA, Cost structure, domestic resource cost



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Permasalahan dan Batasan Masalah .....	3
1.3. Diagram Keterkaitan Masalah .....	4
1.4. Tujuan dan Hasil Penelitian .....	4
1.5. Langkah-langkah dan Metodologi Penelitian .....	6
1.6. Sistematika Penulisan .....	7
<b>2. KERANGKA TEORI DAN PEMODELAN .....</b>	<b>9</b>
2.1. Perdagangan Luar Negeri dalam Perekonomian .....	9
2.1.1. Bangunan Perekonomian .....	9
2.1.2. Kategori Perdagangan Antar Negara .....	11
2.1.3. Daya Saing .....	11
2.1.4. Perdagangan Bebas dan Proteksi .....	12
2.2. Berbagai Teori tentang Perdagangan Internasional .....	13
2.2.1. Keuntungan dari Perdagangan Internasional .....	13
2.2.2. Teori-teori Perdagangan Internasional .....	14
2.2.2.1. Teori Adam Smith .....	14
2.2.2.2. Teori Ricardian .....	14
2.2.2.3. Teori Heckscher-Ohlin .....	16
2.2.3. Beda antar Negara Besar dan Negara kecil .....	16

2.2.4. <i>Exchange Rate</i> dan <i>Domestic Resource Cost</i> .....	17
2.2.5. <i>Balance of Trade</i> dan <i>Balance of Payment</i> .....	19
2.2.6. Teori Biaya dalam Industri.....	21
2.2.6.1. Biaya Produksi.....	21
2.3. Teori Kualitas dan Kepuasan Pelanggan .....	24
2.3.1. Kualitas.....	24
2.3.2. Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	26
2.3.4. <i>Importance Performance Analysis</i> .....	26
2.4. Permodelan dalam Penelitian.....	28
2.4.1. Model.....	28
2.4.2. Pengukuran Kualitas.....	30
2.4.3. Pengambilan Sampel.....	30
2.4.4. Ukuran Sampel.....	30
2.4.5. Pengujian.....	32
<b>3. PERIHAL PRODUK .....</b>	<b>33</b>
3.1. Perdagangan Indonesia-China.....	33
3.1.1. Sejarah Hubungan Dagang Indonesia dan China .....	33
3.1.2. Perjanjian CAFTA.....	33
3.1.2.1. Tujuan CAFTA .....	34
3.1.2.2. Persetujuan Perdagangan Barang.....	34
3.1.3. Ekspor dan Impor Indonesia-China.....	35
3.1.4. Dampak Positif dan Negatif Perdagangan Bebas CAFTA.....	37
3.2. Perihal Ketiga Objek Studi .....	38
3.2.1. UKM Konveksi .....	38
3.2.1.1. Produk UKM Konveksi .....	38
3.2.2. UKM Sepatu Kulit Asli.....	40
3.2.2.1. Produk UKM Sepatu Kulit Asli.....	40
3.2.3. UKM Boneka Isi.....	42
3.2.3.1. Produk UKM Boneka Isi .....	42
3.3. Data Karakteristik Struktur Biaya Produk Studi.....	44
3.3.1. Karakteristik Struktur Biaya UKM Pakaian Anak Perempuan.....	44

3.3.2. Karakteristik Struktur Biaya UKM Sepatu Kulit Asli.....	45
3.3.3. Karakteristik Struktur Biaya UKM Boneka Asli.....	46
3.4. Data Tarif Bea Masuk dan Pajak .....	47
3.4.1. Bea Masuk.....	47
3.4.2. Pajak .....	47
3.5. Perihal Kepuasan Konsumen .....	48
3.5.1. Penentuan Atribut Produk .....	48
3.5.2. Penyusunan Kuesioner .....	50
3.6. Penyebaran Kuesioner Kepuasan Konsumen .....	51
3.6.1. Penyebaran Kuesioner Awal .....	51
3.6.2. Pengujian Kuesioner.....	51
3.6.2.1. Uji Reliabilitas .....	51
3.6.2.2. Uji Validitas .....	52
3.6.3. Pengujian Kuesioner Awal .....	53
3.6.4. Penyebaran Kuesioner Final.....	55
3.6.5. Pengujian Kuesioner Final .....	56
3.7. Pengolahan Data secara Umum .....	57
3.7.1. Karakteristik Responden .....	57
<b>4. HASIL PERHITUNGAN DAN ANALISIS.....</b>	<b>61</b>
4.1. Analisis Daya Saing Produk Indonesia dan Cina dari Karakteristik Struktur Biaya.....	61
4.1.1. Perbandingan Struktur Biaya Pakaian Anak Perempuan Produksi Indonesia dan Cina.....	62
4.1.2. Perbandingan Struktur Biaya Sepatu Kulit Asli Produksi Indonesia dan Cina .....	63
4.1.3. Perbandingan Struktur Biaya Boneka Isi Produksi Indonesia dan Cina .....	63
4.2. Analisis Daya Saing Produk Indonesia dan Cina dari Segi Harga Produk.....	65
4.3. Analisis Daya Saing Produk Indonesia dan Cina dari Segi Kualitas.....	65
4.3.1. <i>Importance Performance Analysis</i> .....	65
4.3.1.1. Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan.....	66
4.3.2. <i>Importance Performance Diagram</i> .....	74

4.3.2.1. Diagram Importance Performance Pakaian Anak Perempuan Produk Indonesia dan Cina.....	74
4.3.2.2. Diagram Importance Performance Sepatu Kulit Asli Produk Indonesia dan Cina .....	77
4.3.2.3. Diagram Importance Performance Boneka Isi Produk Indonesia dan Cina.....	80
4.4. KEMAMPUAN PRODUK DALAM MENGHASILKAN DEVISA .....	83
4.4.1. Tingkat Efisiensi Produk Pakaian Anak Perempuan.....	83
4.4.2. Tingkat Efisiensi Produk Sepatu Kulit Asli .....	85
4.4.3. Tingkat Efisiensi Produk Boneka Isi.....	87
4.5. IMPOR BARANG CINA UNTUK KETIGA PRODUK.....	89
4.6. REKOMENDASI KEPADA PEMERINTAH GUNA MENANGGULANGI ACFTA .....	90
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1. Kesimpulan .....	91
5.2. Saran .....	92
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Faktor Produksi dan Tenaga Kerja (Teori Nilai Kerja).....	14
<b>Tabel 2.2</b> Perbandingan <i>Cost Comparative Advantage (Labor Efficiency)</i> .....	15
<b>Tabel 2.3</b> <i>Breakdown BoP</i> .....	21
<b>Tabel 3.1</b> Nilai Ekspor dan Impor Indonesia dan Cina.....	37
<b>Tabel 3.2</b> Data UKM Konveksi.....	40
<b>Tabel 3.3</b> Data UKM Sepatu Kuli Asli .....	42
<b>Tabel 3.4</b> Data UKM Boneka Isi.....	44
<b>Tabel 3.5</b> Input Biaya Produksi UKM Pakaian Anak Perempuan.....	44
<b>Tabel 3.6</b> Total Biaya Produksi dan Jumlah Produksi Barang UKM Pakaian anak .....	45
<b>Tabel 3.7</b> Input Biaya Produksi UKM Sepatu Kulit Asli.....	45
<b>Tabel 3.8</b> Total Biaya Produksi dan Jumlah Produksi Barang UKM Sepatu Kulit Asli .....	46
<b>Tabel 3.9</b> Input Biaya Produksi UKM Boneka Isi .....	46
<b>Tabel 3.10</b> Total Biaya Produksi dan Jumlah Produksi Barang UKM Boneka Isi .....	47
<b>Tabel 3.11</b> Data Tarif Bea Masuk dan Pajak untuk Tahun 2010.....	48
<b>Tabel 3.12</b> Pendapat Pelanggan Terhadap Atribut Pelayanan .....	50
<b>Tabel 3.13</b> Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Awal untuk Pakaian Anak Perempuan .....	54
<b>Tabel 3.14</b> Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Awal untuk Sepatu Kulit Asli .....	54
<b>Tabel 3.15</b> Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Awal untuk Boneka Isi.....	55
<b>Tabel 3.16</b> Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Akhir untuk Pakaian Anak Perempuan.....	56
<b>Tabel 3.17</b> Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Akhir untuk Sepatu Kulit Asli .....	56
<b>Tabel 3.18</b> Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Akhir untuk Boneka Isi .....	56
<b>Tabel 3.19</b> Persebaran Jenis Kelamin Responden.....	57
<b>Tabel 3.20</b> Persebaran Usia Responden .....	58
<b>Tabel 3.21</b> Persebaran Tempat Tinggal Responden.....	59
<b>Tabel 3.22</b> Persebaran Penghasilan Responden .....	59

<b>Tabel 4.1</b> Biaya Produksi Pakaian Anak Perempuan .....	62
<b>Tabel 4.2</b> Biaya Produksi Sepatu Kulit Asli .....	63
<b>Tabel 4.3</b> Biaya Produksi Sepatu Kulit Asli .....	64
<b>Tabel 4.4</b> Rataan Harga Retail Ketiga Produk .....	65
<b>Tabel 4.5</b> Asumsi Rataan Harga Retail Ketiga Produk untuk Bea Masuk 0% ....	65
<b>Tabel 4.6</b> Tabel Rata-rata dan Standar Deviasi Sepatu Kulit Asli .....	66
<b>Tabel 4.7</b> Tabel Rata-rata dan Standar Deviasi Pakaian Anak Perempuan.....	67
<b>Tabel 4.8</b> Tabel Rata-rata dan Standar Deviasi Boneka Isi.....	67
<b>Tabel 4.9</b> Keunggulan Kualitas Produk Pakaian Anak Perempuan Produksi Indonesia dan Cina.....	77
<b>Tabel 4.10</b> Keunggulan Kualitas Produk Sepatu Kulit Asli Produksi Indonesia dan Cina .....	80
<b>Tabel 4.11</b> Keunggulan Kualitas Produk Boneka Isi Produksi Indonesia dan Cina .....	83
<b>Tabel 4.12</b> Presentase Biaya Lokal dan Biaya Luar untuk Pakaian Anak Perempuan.....	84
<b>Tabel 4.13</b> Presentase Biaya Lokal dan Biaya Luar untuk Sepatu Kulit Asli.....	86
<b>Tabel 4.14</b> Presentase Biaya Lokal dan Biaya Luar untuk Boneka Isi .....	87
<b>Tabel 4.15</b> Nilai Impor dari Cina untuk Ketiga Produk .....	89

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Diagram Keterkaitan Masalah.....	5
<b>Gambar 1.2</b> <i>Flowchart</i> Pengerjaan Penelitian.....	8
<b>Gambar 2.1</b> Kurva Biaya Total .....	23
<b>Gambar 2.2</b> Kurva <i>Marginal Cost</i> dan <i>Average Total Cost</i> .....	24
<b>Gambar 2.3</b> <i>Importance-Performance Diagram</i> .....	27
<b>Gambar 2.4</b> Model Penelitian 3 Produk Dalam Persaingan Pasar Dalam Negeri dan Luar Negeri Menghadapi CAFTA .....	28
<b>Gambar 2.5</b> Kondisi UKM ditinjau dari Struktur Biaya .....	29
<b>Gambar 3.1</b> Nilai Ekspor dan Impor Indonesia-Cina (dalam juta) pada tahun 2001-2004 .....	36
<b>Gambar 3.2</b> Nilai Ekspor dan Impor Indonesia-Cina (dalam juta) pada tahun 2004-2008 .....	36
<b>Gambar 3.3</b> Contoh Pakaian Anak Produk UKM Pulo.....	39
<b>Gambar 3.4</b> Contoh Sepatu Kulit Asli Produk UKM Sepatu.....	41
<b>Gambar 3.5</b> Contoh Boneka Isi produk UKM Boneka .....	43
<b>Gambar 3.6</b> Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden .....	57
<b>Gambar 3.7</b> Diagram Lingkaran Usia Responden.....	58
<b>Gambar 3.8</b> Diagram Lingkaran Tempat Tinggal Responden .....	59
<b>Gambar 3.9</b> Diagram Lingkaran Penghasilan Responden.....	60
<b>Gambar 4.1</b> Kondisi UKM Pakaian Anak Perempuan.....	62
<b>Gambar 4.2</b> Kondisi UKM Sepatu Kulit Asli .....	63
<b>Gambar 4.3</b> Kondisi UKM Sepatu Kulit Asli .....	64
<b>Gambar 4.4</b> Contoh Pakaian Anak Perempuan Produksi Indonesia dan Cina....	68
<b>Gambar 4.5</b> Contoh Sepatu Kulit Asli Produksi Indonesia dan Cina .....	69
<b>Gambar 4.6</b> Contoh Boneka Isi Produksi Indonesia dan Cina .....	70
<b>Gambar 4.7</b> Diagram Batang Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Pakaian Anak Perempuan .....	71
<b>Gambar 4.8</b> Diagram Batang Standar Deviasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Pakaian Anak Perempuan .....	71

<b>Gambar 4.9</b> Diagram Batang Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Sepatu Kulit Asli .....	72
<b>Gambar 4.10</b> Diagram Batang Standar Deviasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Sepatu Kulit Asli .....	72
<b>Gambar 4.11</b> Diagram Batang Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Boneka Isi.....	73
<b>Gambar 4.12</b> Diagram Batang Standar Deviasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Boneka Isi.....	73
<b>Gambar 4.13</b> Diagram <i>Importance-Performance</i> untuk Pakaian Anak Perempuan Produksi Indonesia.....	74
<b>Gambar 4.14</b> Diagram <i>Importance-Performance</i> untuk Pakaian Anak Perempuan Produksi Cina.....	75
<b>Gambar 4.15</b> Diagram <i>Importance-Performance</i> untuk Sepatu Kulit Asli Produksi Indonesia.....	78
<b>Gambar 4.16</b> Diagram <i>Importance-Performance</i> untuk Sepatu Kulit Asli Produksi Cina.....	78
<b>Gambar 4.17</b> Diagram <i>Importance-Performance</i> untuk Boneka Isi Produksi Indonesia.....	81
<b>Gambar 4.18</b> Diagram <i>Importance-Performance</i> untuk Boneka Isi Produksi Cina.....	81



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	Kuesioner Kepuasan Pelanggan Pakaian Anak Perempuan .....	96
<b>Lampiran 2</b>	Kuesioner Kepuasan Pelanggan Sepatu Kulit Asli.....	103
<b>Lampiran 3</b>	Kuesioner Kepuasan Pelanggan Boneka Isi .....	109



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diterangkan mengenai latar belakang diadakannya penelitian ini, diagram keterkaitan permasalahan dengan menggunakan hubungan sebab-akibat, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan hasil penelitian, tahap penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

### **1.1. Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan teknologi dan peningkatan jumlah penduduk, kebutuhan manusia meningkat dengan pesatnya. Dalam sebuah negara konsumsi penduduknya dapat berbeda-beda tergantung akan jumlah penduduk dan kemampuan mereka untuk membeli barang. Indonesia merupakan negara berkembang dengan populasi penduduk tertinggi keempat di dunia. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap jumlah konsumsi barang yang terus meningkat sehingga menghasilkan potensi pasar yang sangat besar di Indonesia. Akan tetapi kemampuan sebuah negara untuk memenuhi kebutuhan penduduknya tergantung akan teknologi yang dimiliki, sumber daya alam, sumber daya manusia, prasarana dan sumber keuangan yang mencukupi. Kadang kala biaya yang diperlukan untuk memproduksi sebuah barang di suatu negara dapat berbeda dengan negara lainnya. Beberapa alasan terjadinya perdagangan internasional ini adalah keanekaragaman kondisi produksi, selera pasar, penghematan biaya dan juga perbandingan komparatif.

Kerjasama internasional dalam bidang ekonomi merupakan hal penting dan Indonesia pun tidak menutup diri untuk bergabung kedalam organisasi-organisasi internasional baik organisasi multilateral, regional dan bilateral seperti ASEAN, APEC, WTO, OKI, APEC, NAFTA dan lain-lain. Kesepakatan perdagangan internasional pun terbentuk, contohnya pada awal tahun 2010 ini sedang hangat-hangatnya diperbincangkan adalah kontrak kesepakatan perdagangan bebas antara ASEAN dan China atau yang lebih sering kita dengar dengan CAFTA (China Asean Free Trade Agreement). Kesepakatan ini ditandatangani para kepala negara ASEAN dan RRC di Phnom Penh, Kamboja,

4 November 2002. Tujuan dari kerjasama ini adalah memperkuat dan meningkatkan kerjasama perekonomian perdagangan dan investasi kedua pihak dengan cara penghapusan tarif dan hambatan non tarif dalam perdagangan barang.

Sebenarnya perjanjian kawasan perdagangan bebas CAFTA tidak serta merta menghapuskan bea masuk atau tarif pada tahun 2010, namun penurunan tarif dilakukan bertahap dimulai pada tahun 2004. Sebagian kalangan berfikir bahwa Indonesia belum siap menghadapi CAFTA, hal ini didukung dengan kurangnya kebijakan perdagangan yang menguntungkan bagi perkembangan industri di Indonesia. Akan tetapi perjanjian telah ditanda tangani dan kita tidak dapat menarik kembali sesuatu yang telah kita sepakati. Yang menjadi permasalahan utama adalah barang-barang yang berasal dari China. Dengan kualitas yang serupa dengan produk dalam negeri namun harga yang ditawarkan oleh produk China sangatlah bersaing.

Pada lima tahun terakhir ini serbuan produk China yang masuk ke pasar Indonesia sudah terasa, namun para pelaku industri di Indonesia masih terbuai dengan adanya penambahan bea masuk pada harga produk China dan adanya batasan kuota sehingga harga yang ditawarkan oleh produk China masih diatas harga yang ditawarkan oleh produk lokal. Masyarakat pun masih memilih untuk membeli barang produk lokal karena dengan harga yang lebih terjangkau, kualitas yang didapatkan pun masih diatas produk China. Akan tetapi begitu pintu perdagangan bebas sepenuhnya terbuka di awal tahun 2010 ini, para pelaku industri, mulai kerepotan mencari alasan dan meminta penundaan pemberlakuan CAFTA. Kekhawatiran ini timbul akibat membanjirnya produk China dengan harga jual dibawah biaya produksi mereka dan dengan kualitas yang sama maupun diatas mereka.

Para pelaku industri membuat pernyataan bahwa industri mereka akan mengalami kebangkrutan. Akan tetapi kondisi yang sebenarnya terjadi terhadap ketahanan produk Indonesia dibandingkan dengan produk China, belum dapat terealisasi dengan jelas. Karenanya diperlukan analisis mengenai daya saing produk Indonesia terhadap produk China ini. Analisis ini melihat meliputi dua tahap yaitu melihat kemampuan bersaing produk sejenis Indonesia dan China dari tiga variabel yaitu karakteristik biaya, harga dan kualitas serta mengitung

efisiensi perusahaan ditinjau dari kemampuannya menghasilkan dolar Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui kondisi ketahanan tiga produk Indonesia terhadap serbuan produk China yang belakangan ini menjadi perbincangan hangat. Disini peneliti meneliti daya saing tiga jenis produk produksi dalam negeri yaitu produk tekstil yaitu pakaian anak perempuan, alas kaki yaitu sepatu kulit asli dan mainan anak yaitu boneka bulu isi, dimana kita juga mengimpor barang tersebut dari China. Signifikansi penelitian ini adalah terhadap para pelaku industri di Indonesia, pemerintah dan masyarakat umum agar dapat memberikan gambaran kondisi yang dihadapi oleh produk-produk Indonesia, apakah masih dapat bertahan dalam perdagangan bebas ini atautkah mengalami kebangkrutan dan memerlukan bantuan serta tindakan yang berkelanjutan dari pemerintah agar dapat melindungi produk-produk dalam negeri.

## **1.2. Rumusan Permasalahan dan Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian adalah melihat daya saing ketiga produk Indonesia dikarenakan isu ancaman masuknya produk Cina yang menimbulkan kebangkrutan produksi dalam negeri berdasarkan tiga variabel yaitu variabel karakteristik struktur biaya, harga produk dan kualitas produk. Serta ditinjau dari kemampuan ketiganya untuk menghemat atau menghasilkan devisa.

Untuk lebih memfokuskan penelitian, maka peneliti melakukan pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam melakukan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian dilakukan dengan membandingkan tiga buah produk dengan kualitas relatif sama yang diekspor oleh China dan diproduksi juga oleh Indonesia . Ketiga produk tersebut adalah pakaian anak perempuan, sepatu kulit asli dan boneka isi.
2. Analisis daya saing produk dilakukan berdasarkan tiga variabel yaitu variabel karakteristik struktur biaya, harga produk dipasaran dan kualitas ketiga produk tersebut.

### 1.3. Diagram Keterkaitan Masalah

Diagram keterkaitan masalah merupakan suatu metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang rumit dengan menggunakan koneksi logika berupa hubungan sebab-akibat (tujuan dan strategi untuk mencapainya).<sup>1</sup> Berdasarkan latar belakang diatas, maka diagram keterkaitan dari permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah seperti pada Gambar 1.1.

Dari diagram keterkaitan masalah ini dapat dilihat bahwa penelitian ini diangkat dari perjanjian perdagangan bebas CAFTA yang mulai berlaku secara penuh pada tahun 2010. Dengan perdagangan bebas ini hampir seluruh produk-produk China yang membanjiri pasar di Indonesia tidak lagi dikenakan bea masuk. Selain itu produk-produknya masuk dalam jumlah besar serta kualitas yang tidak kalah bersaing dengan produksi dalam negeri dan mulai mengambil alih *market share* dengan harga produk yang murah. Oleh karena itu peneliti ingin menganalisis daya saing produk Indonesia dibandingkan dengan China ditinjau dari kemampuan bersaingnya yang diukur dari tiga variable yaitu struktur biaya, harga dan kualitas serta tingkat keefisienan produk tersebut melalui perhitungan biaya domestik yang digunakan untuk menghasilkan produk. Hasil yang diharapkan dapat memberikan gambaran umum apakah produk tersebut dapat bertahan atau terancam dan mengalami kebangkrutan sehingga memerlukan perhatian khusus dari pemerintah.

### 1.4. Tujuan dan Hasil Penelitian

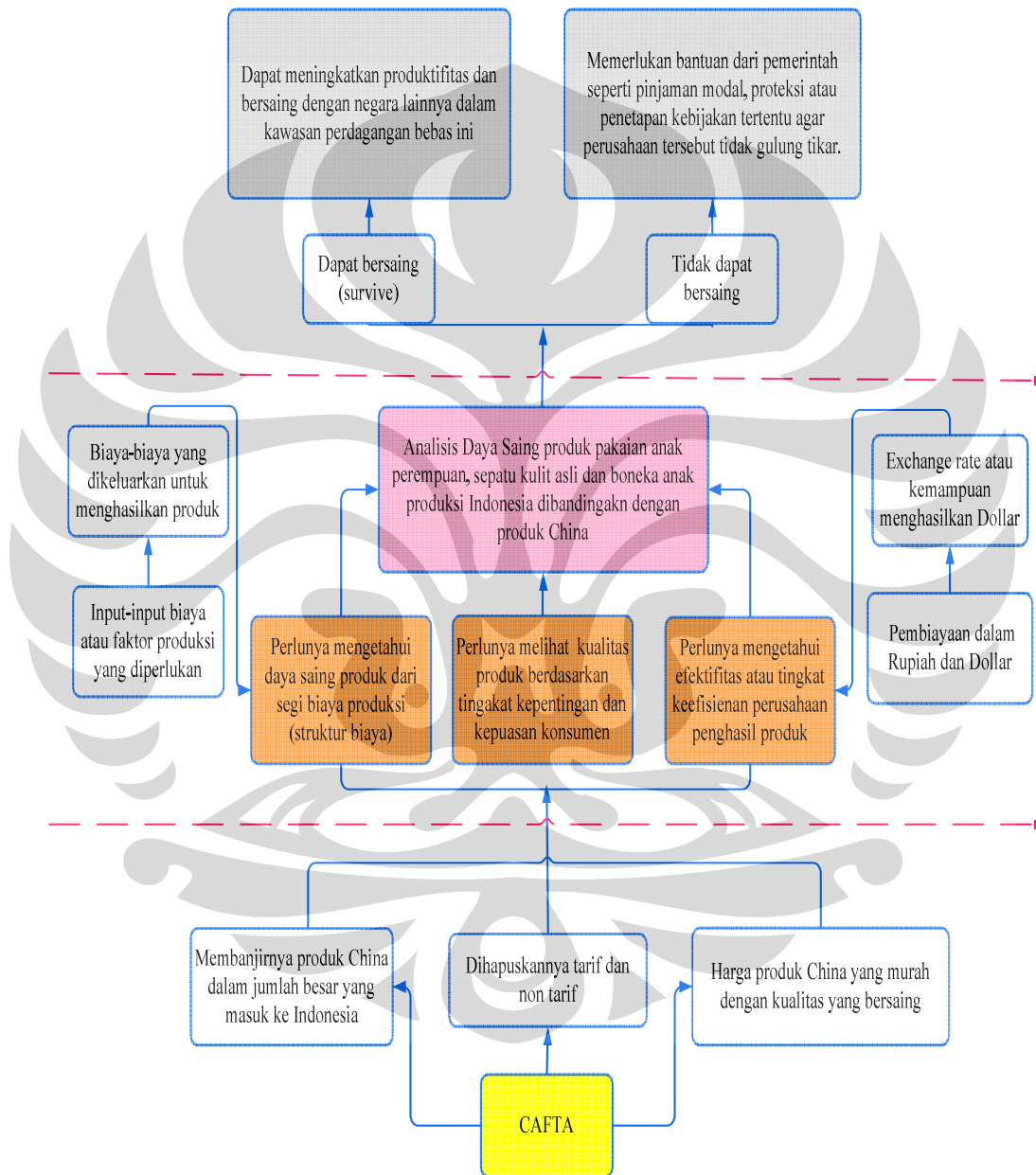
Tujuan yang ingin dicapai dalam skripsi ini adalah:

1. Mengetahui daya saing tiga produk Indonesia dari karakteristik struktur biaya terhadap produk Cina
2. Mengetahui daya saing tiga produk Indonesia dari segi kualitas dari mata konsumen terhadap produk Cina
3. Melihat daya saing produk berdasarkan harga barang dipasaran
4. Melihat kemampuan produk tersebut apakah efisien dan dapat menghasilkan devisa.

---

<sup>1</sup> Yoshinobu Nayatani, et. al, *The Seven New QC Tools : Practical Application for Manager*, 3A Corporation, Tokyo, 1994, hal. 20.

Sedangkan untuk hasil penelitian yang diharapkan adalah untuk melihat gambaran daya saing ketiga produk tersebut apakah dapat bertahan atau tidak yang ditinjau dari daya saing mereka.



**Gambar 1.1** Diagram Keterkaitan Masalah

### 1.5. Langkah - langkah dan Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini dapat dibagi menjadi empat tahap, yaitu tahap awal, tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data dan analisis, serta tahap kesimpulan dan saran.

1. Tahap awal penelitian meliputi:

- Penetapan topik penelitian, yaitu Analisis Daya Saing Tiga Produk Indonesia terhadap Produk Cina
- Penetapan tujuan penelitian
- Penetapan batasan masalah
- Penentuan landasan teori yang dijadikan dasar dalam pelaksanaan penelitian, yaitu teori tentang perdagangan internasional, ekonomi industri, mikroekonomi, akuntansi biaya serta *customer satisfaction* dan *importance-performance analysis* dari berbagai sumber (buku, jurnal, artikel, skripsi, tesis, disertasi, dan lain-lain)

2. Tahap pengumpulan data melalui dua tahap yaitu tahap pengambilan data sekunder seperti input biaya, volume produksi dan besarnya ekspor impor Indonesia-Cina dan tahap *survey* yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Dalam pembuatan kuesioner dilakukan beberapa tahapan, yang terdiri dari:

- Penentuan atribut-atribut produk yang terkait dengan kepuasan konsumen.
- Penentuan calon responden, jumlah responden, dan wilayah yang akan diberikan kuesioner.
- Pembuatan kuesioner yang terbagi menjadi 2 bagian, yaitu pendapat responden mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan ketiga produk.
- Penyebaran kuesioner untuk *pilot test* kepada responden yang telah ditentukan.
- Melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data *pilot test*.
- Penyebaran kuisisioner sesuai jumlah uji kecukupan data.

3. Tahap ketiga atau tahap pengolahan data dan analisis adalah tahap untuk mengolah dan menganalisa data-data yang didapat untuk perhitungan struktur

biaya serta mengetahui informasi tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap ketiga produk dari kuesioner yang telah diisi responden dengan diagram *importance performance*.

4. Tahap terakhir adalah kesimpulan dan saran mengenai keseluruhan penelitian yang akan menghasilkan gambaran umum mengenai daya saing ketiga produk. Untuk lebih jelasnya alur pengerjaan dibuat dalam bentuk *flowchart* pada Gambar 1.2.

### 1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu bab pendahuluan, kerangka teori dan pemodelan, perihal produk, pengolahan data dan analisis, serta kesimpulan dan saran. Penjelasan sistematika dalam setiap bab adalah sebagai berikut ini:

Bab 1 merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan latar belakang penelitian, diagram keterkaitan masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

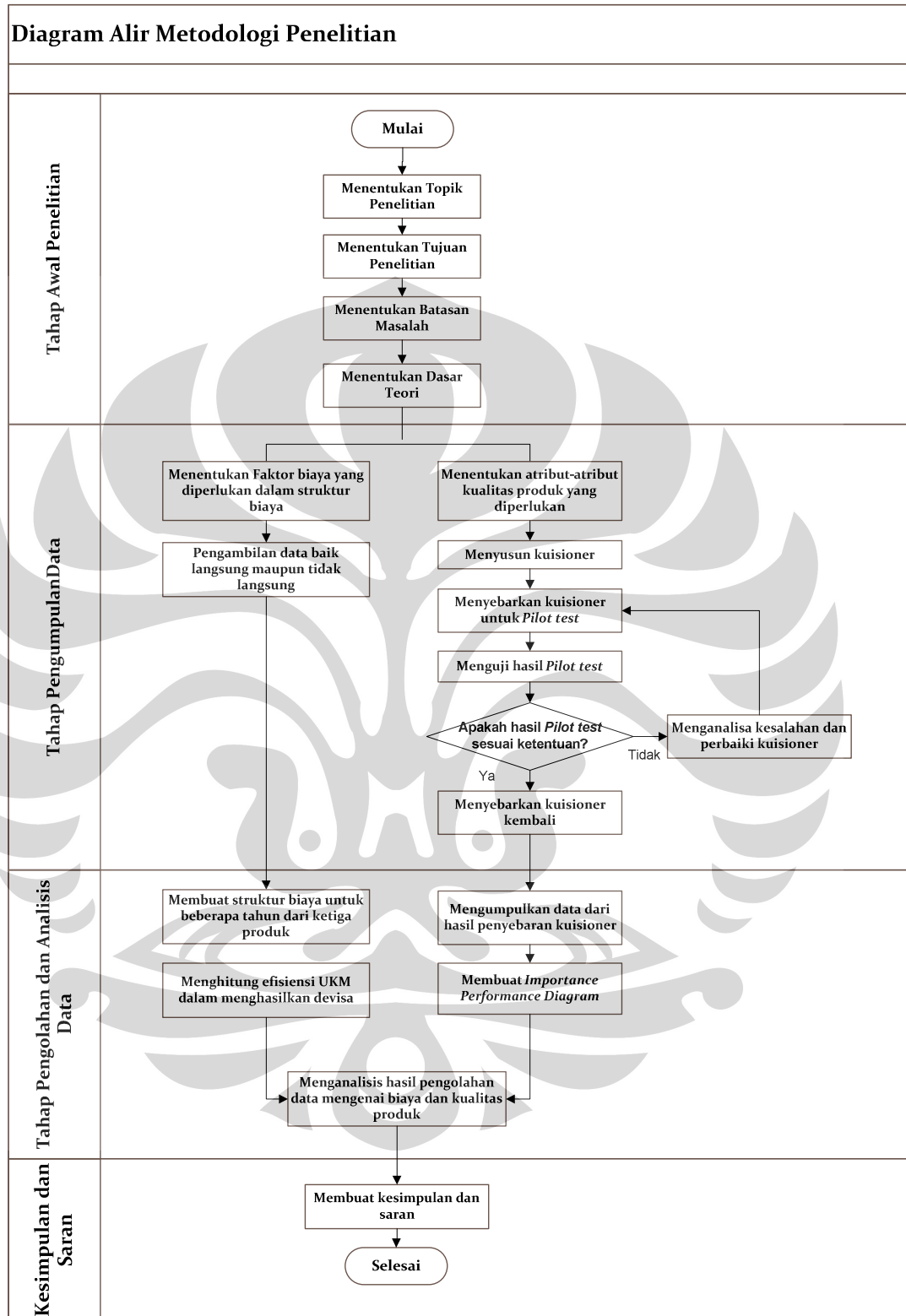
Bab 2 merupakan kerangka teori dan permodelan yang berhubungan dengan penelitian ini. Kerangka teori dan permodelan yang dibahas meliputi perdagangan internasional, ekonomi industri, teori perdagangan internasional, *customer satisfaction*, dan *importance-performance analysis*.

Bab 3 berisi tentang perihal produk dan pengumpulan data. Data yang dikumpulkan berupa data sekunder dan data primer. Dalam bab ini data pada variabel yang telah ditentukan akan diidentifikasi serta disajikan dalam bentuk tabel untuk memberikan gambaran awal kepada pembaca. Pada bab ini akan dibahas profil singkat dari ketiga UKM beserta hasil pengolahan data kuisisioner kepuasan pelanggan dan pengolahan data secara umum.

Bab 4 berisi pengolahan data dan analisis. Pengolahan data dilakukan dengan karakteristik struktur biaya, kemampuan menghasilkan devisa serta *importance-performance analysis*. Analisis dilakukan terhadap hasil pengolahan data untuk memperoleh tujuan penulisan skripsi.

Bab 5 merupakan kesimpulan dan saran dari keseluruhan penelitian ini. Kesimpulan yang diambil meliputi keseluruhan hasil pengolahan dari data-data yang didapatkan dan hasil dari analisis data.





**Gambar 1.2** Flowchart Pengerjaan Penelitian

## **BAB 2**

### **KERANGKA TEORI DAN PEMODELAN**

Pada bab ini akan diterangkan mengenai perdagangan luar negeri, teori-teori perdagangan internasional, masalah kualitas dan kepuasan pelanggan serta pemodelan yang akan digunakan dalam penelitian.

#### **2.1. Perdagangan Luar Negeri dalam Perekonomian**

Di era globalisasi ini perkembangan perdagangan sangatlah pesat, sehingga memungkinkan perdagangan internasional atau yang biasa disebut dengan perdagangan luar negeri. Pengertian perdagangan internasional adalah suatu perdagangan yang dilakukan oleh suatu penduduk sebuah negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu dengan individu), antar individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Dalam perdagangan ini seolah-olah bumi ini merupakan daerah yang datar, karena batasan antar negara tidak lagi menjadi hambatan layaknya perdagangan yang dahulu terjadi di era keemasan jalan sutra. Setiap negara dapat melakukan transaksi perdagangannya dengan negara-negara lain di belahan bumi ini. Perkembangan teknologi dan transportasi membuat segala hal dapat terjadi. Perdagangan ini membuka peluang terjalinnya kerjasama antar negara dalam pemenuhan kebutuhan negaranya dan meningkatkan penjualan komoditi negaranya masing-masing ke pasar internasional. Akan tetapi perdagangan luar negeri ini dapat terjadi apabila terjadi kesepakatan antar negara yang melakukan transaksi perdagangan ini dengan kode etik yang berlaku di dalamnya. Suatu negara berhak untuk ikut serta dalam perdagangan internasional ataupun menutup diri dan tidak melakukan interaksi dengan negara lainnya.

##### **2.1.1. Bangunan Perekonomian**

Ada dua bangunan perekonomian yang biasa dianut oleh suatu negara :

###### **a. Perekonomian Tertutup**

Secara umum perekonomian tertutup adalah bangunan perekonomian yang

produsen dan konsumennya berasal dari negara itu sendiri dan tidak terdapat campur tangan dari pihak asing. Selain itu negara tersebut tidak melakukan kontak ekonomi seperti mengimport barang atau penanaman modal yang berasal dari negara lain di dalam perputaran ekonomi ini. Negara berperan secara penuh terhadap perkembangan dan perputaran uang yang ada didalam negaranya. Harga suatu produk ditetapkan pada tingkatan harga tertentu oleh negara. Belakangan ini jenis perekonomian tertutup sudah mulai ditinggalkan, karena gencarnya perkembangan teknologi dan perindustrian membuka kemungkinan yang lebih besar pada sebuah negara untuk berkembang dan meningkatkan pendapatan dan memenuhi kebutuhannya.

#### b. Perekonomian Terbuka

Pada bangunan perekonomian terbuka terdapat kemungkinan bagi setiap produsen dari dalam negeri untuk melakukan kegiatan ekspor produk dagangan dengan tujuan pasar-pasar asing di berbagai negara di dunia. Begitupun sebaliknya kegiatan impor bahan baku maupun barang jadi dari luar negeri dapat berlangsung sesuai kesepakatan yang ditetapkan negara dengan bangunan perekonomian ini. Dalam bangunan perekonomian terbuka lembaga keuangan dan jasa perbankan dapat berasal dari luar negeri. Para investor asing dapat menanamkan modal dan berinvestasi di berbagai sektor yang diminati. Setiap negara yang menganut sistem ini memiliki banyak keuntungan karena dapat melebarkan pasar untuk penjualan produknya serta dapat menjaring berbagai kerjasama asing untuk meningkatkan kondisi perekonomian bangsa.

Pada penelitian ini memiliki kaitan dengan perekonomian terbuka yaitu pada perjanjian perdagangan ACFTA yang merupakan contoh perjanjian perdagangan bebas. Perdagangan bebas merupakan komponen perekonomian terbuka yang memungkinkan terjadinya kerjasama antar negara yang satu dengan negara lainnya untuk memenuhi kebutuhan masing-masing negara tersebut

### 2.1.2. Kategori Perdagangan Antar Negara

Perdagangan antar negara memiliki beberapa kategori, mulai dari perdagangan bilateral, regional dan multilateral. Yang pertama yaitu perdagangan bilateral. Perdagangan bilateral adalah perdagangan yang terjadi diantara dua negara. Sebagai contoh adalah kesepakatan Jepang dan Indonesia, kesepakatan Australia dan Indonesia, dan lain sebagainya. Yang kedua yaitu perdagangan regional. Perdagangan regional adalah perdagangan yang disepakati dan terselenggara dalam sebuah area atau kawasan tertentu. Sebagai contoh adalah organisasi ASEAN yang terdiri dari negara-negara di kawasan Asia Tenggara yaitu Singapura, Indonesia, Malaysia, Kamboja, Vietnam, Brunei Darussalam, Philipina, Thailand, Myanmar dan Laos. Yang terakhir adalah perdagangan multilateral. Perdagangan multilateral adalah perdagangan yang terjadi dalam cakupan wilayah dagang serta kesepakatan yang luas. Yaitu organisasi dagang yang terdiri dari berbagai anggota di seluruh penjuru dunia, salah satu contohnya adalah WTO. Dari berbagai organisasi dan jenis perdagangan yang dilakukan oleh Indonesia terciptalah perdagangan bebas.

Perdagangan bebas adalah sebuah kesepakatan kerjasama dalam proses perdagangan dimana meminimalisir hambatan yang ada seperti tarif dan non tarif. Indonesia memiliki beberapa kesepakatan dengan beberapa negara untuk melaksanakan perdagangan bebas. Salah satunya adalah perjanjian dagang ASEAN dan China yang terangkum dalam CAFTA. Dalam penelitian ini kategori perdagangan antar negara yang akan dibahas merupakan perdagangan bilateral yaitu antara Indonesia dan Cina yang dilihat dari daya saing tiga buah produk

### 2.1.3. Daya Saing

Daya saing menurut M. Porter. Thn 2005 dalam *Notes on Globalization and Strategy* didefinisikan dengan tingkat produktifitas yang memanfaatkan sumber daya manusia, modal dan sumberdaya alam. Sedangkan produktifitas itu sendiri tergantung dari dua variabel yaitu nilai dari produk ataupun jasa dari sebuah negara yang diukur pada pasar terbuka dan efisiensi mereka. Peningkatan daya tidak dapat dilakukan dengan terburu-buru melainkan harus dilakukan dengan perjalanan panjang yang membutuhkan perbaikan pada struktur-struktur

ekonomi dan kebijakan yang dapat menumbuhkan iklim produktifitas yang baik dan berkesinambungan.

Pengertian daya saing yang diambil dari *Competitiveness Advisory Group, (Ciampi Group)* : “*Enhancing European Competitiveness*”. *First report to the President of the Commission, the Prime Ministers and the Heads of State, June 1995* adalah Daya saing menyangkut arti elemen produktivitas, efisiensi dan profitabilitas. Tetapi daya saing bukan suatu akhir atau sasaran, melainkan suatu cara untuk mencapai peningkatan standar hidup dan meningkatkan kesejahteraan sosial, ataupun suatu alat untuk mencapai sasaran. Secara global, dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi dalam konteks spesialisasi internasional, daya saing memberikan basis bagi peningkatan penghasilan masyarakat.

Karenanya setiap perusahaan maupun produsen perlu meningkatkan daya saing agar dapat bertahan menghadapi perdagangan bebas, khususnya perdagangan bebas antara Indonesia dan Cina yang dibahas dalam penelitian ini. Peran pemerintah pun diperlukan agar dapat meningkatkan standar hidup dan meningkatkan kesejahteraan sosial melalui pemberdayaan usaha kecil, menengah dan besar yang dapat memberikan lapangan pekerjaan.

#### 2.1.4. Perdagangan Bebas dan Proteksi

Dalam hal ini proteksi akan barang dagangan atau komoditi dari negeri sendiri sangatlah penting dalam situasi persaingan pasar bebas ini. Proteksi bagi usaha-usaha kecil maupun industri yang belum siap menghadapi keadaan ini dan terancam gulung tikar merupakan keharusan. Setiap negara pasti memiliki kebijakannya sendiri akan tata cara proteksinya. Contoh tindakan dan langkah-langkah yang diambil adalah memberikan bea masuk bagi produk import yang harga jualnya dibawah standar kondisi pasar di negeri tersebut. Langkah lainnya yaitu memberikan standar mutu bagi barang yang masuk ke Indonesia sehingga tidak sembarangan barang dari Cina dapat masuk ke Indonesia. Selain itu langkah memberikan batasan barang yang masuk atau yang lebih kita kenal dengan kuota perdagangan merupakan hal yang umum di dunia internasional. Hal ini diperbolehkan oleh lembaga perdagangan dunia selama masih dalam tahap-tahap tidak merugikan salah satu pihak. Kadang kala sebuah negara memainkan politik

*dumping* agar produk yang diekspornya dapat laku dipasaran. Salah satu negara yang biasa memainkan politik ini adalah China. Negara ini menjual produk dagangannya dibawah harga produksinya di negara asal.

Dari hal-hal yang demikian inilah kebijakan proteksi dikeluarkan agar sebuah negara dapat melindungi kondisi perekonomiannya. Indonesia sebagai negara yang telah menandatangani perdagangan bebas memerlukan langkah-langkah proteksi yang sebaik-baiknya agar dapat melindungi para produsen dalam negeri.

## **2.2. Berbagai Teori tentang Perdagangan Internasional**

### **2.2.1. Keuntungan dari Perdagangan Internasional**

Beberapa keuntungan yang didapatkan dari perdagangan internasional adalah sebagai berikut:

- Dapat memenuhi kebutuhan negaranya yang tidak dapat terpenuhi dengan produksi dalam negeri
- Dapat memperoleh barang-barang yang tidak dapat diproduksi di negara sendiri
- Memungkinkan terjadinya spesialisasi akan sumber komoditi tertentu untuk negara tertentu
- Meningkatkan produktifitas dan kualitas barang dan jasa dengan adanya persaingan yang sehat dengan negara lain
- Memungkinkan untuk terjadinya pertukaran ilmu pengetahuan antar negara
- Memberikan ruang untuk adanya investasi asing bagi kemajuan sebuah negara
- Dapat memperoleh barang atau jasa dengan harga yang lebih murah
- Merupakan sumber pendapatan bagi negara dengan adanya ekspor
- Memungkinkan terjadinya pertukaran teknologi antar negara
- Terdapat banyak pilihan barang untuk dipilih konsumen
- Meluaskan pasar dan menambah keuntungan

## 2.2.2. Teori–teori Perdagangan Internasional

### 2.2.2.1. Teori Adam Smith

Teori Adam Smith adalah teori *Absolute Advantage* yang lebih mendasarkan pada besaran/variabel riil bukan moneter sehingga sering dikenal dengan nama teori murni perdagangan internasional. Pengertian teori murni disini adalah memusatkan perhatiannya pada variabel riil seperti misalnya nilai suatu barang diukur dengan banyaknya tenaga kerja yang dipergunakan untuk menghasilkan barang. Makin banyak tenaga kerja yang digunakan akan makin tinggi nilai barang tersebut.

Dapat dijelaskan dengan contoh sebagai berikut, semisal hanya ada 2 negara, Indonesia dan Cina memiliki faktor produksi tenaga kerja yang homogen menghasilkan dua barang yakni gandum dan pakaian. Untuk menghasilkan 1 unit gandum dan pakaian Indonesia membutuhkan 7 unit tenaga kerja dan 3 unit tenaga kerja. Di Cina setiap unit gandum dan pakaian masing-masing membutuhkan tenaga kerja sebanyak 10 unit dan 2 unit.

**Tabel 2.1** Faktor Produksi dan Tenaga Kerja (Teori Nilai Kerja)

Produksi	Tenaga kerja (orang)	
	Indonesia	Cina
1 Unit Gandum	7	10
1 Unit Pakaian	3	2

Dari Tabel 2.1 nampak bahwa Indonesia lebih efisien dalam memproduksi gandum sedang Cina dalam produksi pakaian. Keadaan demikian ini dapat dikatakan bahwa Indonesia memiliki *absolute advantage* pada produksi gandum dan Cina memiliki *absolute advantage* pada produksi pakaian. Dikatakan *absolute advantage* karena masing-masing negara dapat menghasilkan satu macam barang dengan biaya yang secara absolut lebih rendah dari negara lain.

Jadi dengan adanya keunggulan *absolute* ini maka terjadilah perdagangan internasional antar negara yang membutuhkan satu dengan yang lainnya.

### 2.2.2.2. Teori Ricardian

Menurut David Ricardo alasan utama yang mendorong perdagangan internasional adalah perbedaan keunggulan komparatif relatif antar negara dalam

menghasilkan suatu komoditas. Suatu negara akan mengekspor komoditas yang dihasilkan lebih murah dan mengimpor komoditas yang dihasilkan lebih mahal dalam penggunaan sumber daya (Lindert and Kindleberger, 1983). Atau biasa disebut dengan teori *comparative advantage* yaitu teori yang menyatakan bahwa akan terjadi perdagangan yang memberikan keuntungan apabila melakukan spesialisasi. Dapat dijelaskan dengan contoh dibawah ini maka Indonesia memiliki keunggulan absolute dibanding Cina untuk kedua produk diatas, maka tetap dapat terjadi perdagangan internasional yang menguntungkan kedua Negara melalui spesialisasi jika Negara-negara tersebut memiliki *cost comparative advantage* atau *labor efficiency*.

Teori ini berdasarkan asumsi bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh jumlah tenaga kerja yang dipergunakan untuk menghasilkan barang tersebut, dimana nilai barang yang ditukar seimbang dengan jumlah tenaga kerja yang dipergunakan untuk memproduksinya, perdagangan merupakan pertukaran barang dengan barang serta tidak diperhitungkan biaya angkut dan biaya lainnya.

Berdasarkan perbandingan pada Tabel 2.2, dapat dilihat bahwa tenaga kerja Indonesia lebih efisien dibandingkan tenaga kerja Cina dalam produksi 1 Kg gula daripada produksi 1 meter kain hal ini akan mendorong Indonesia melakukan spesialisasi produksi dan ekspor gula.

Sebaliknya tenaga kerja Cina ternyata lebih efisien dibandingkan tenaga kerja Indonesia dalam produksi 1 m kain daripada produksi 1 Kg gula hal ini mendorong cina melakukan spesialisasi produksi dan ekspor kain.

Dengan demikian sebuah negara akan memproduksi barang sesuai dengan spesialisasinya dan dapat terjadi pertukaran dengan negara lain yang membutuhkan barang dengan spesialisasi yang berbeda untuk memenuhi kebutuhannya.

**Tabel 2.2** Perbandingan *Cost Comparative Advantage (Labor Efficiency)*

Negara	1 kg gula	1 m kain
Indonesia	5 hari kerja	4 hari kerja
Cina	9 hari kerja	5 hari kerja



### 2.2.2.3. Teori Heckscher - Ohlin

Menurut Teori Heckscher-Ohlin, suatu negara akan melakukan perdagangan dengan negara lain disebabkan negara tersebut memiliki keunggulan komparatif yaitu keunggulan dalam teknologi dan keunggulan faktor produksi. Basis dari keunggulan komparatif adalah:

1. Faktor *endowment*, yaitu kepemilikan faktor-faktor produksi didalam suatu negara yang merupakan faktor anugrah pada negara tersebut.
2. Faktor *intensity*, yaitu teknologi yang digunakan didalam proses produksi, apakah labor intensity atau capital intensity.

Sebagai contoh sebuah negara yang memiliki keunggulan komparatif di bidang labor intensity maka negara ini akan memproduksi barang padat karya dikarenakan memiliki sumber daya manusia yang melimpah, sedangkan bagi negara yang memiliki capital intensity maka akan memproduksi barang dengan kekuatan modal yang besar. Dengan adanya perbedaan keunggulan teknologi dan factor produksi tersebut negara yang satu akan menukarkan komoditinya dengan negara lain dan terjadilah perdagangan internasional.

### 2.2.3. Beda antar Negara Besar dan Negara Kecil

Perbedaan negara besar dan negara kecil dapat dilihat dari ciri-ciri umum kedua negara. Berikut merupakan ciri umum yang membedakan negara besar dan negara kecil atau negara berkembang menurut Michael P Todaro<sup>2</sup>:

- **Tingkat Pertumbuhan Penduduk**  
Tingkat pertumbuhan penduduk di negara berkembang umumnya lebih tinggi dua hingga empat kali lipat dari negara maju. Hal ini disebabkan oleh tingkat pendidikan dan budaya di negara berkembang yang berbeda dengan di negara maju.
- **Tingkat Pengangguran**  
Akibat dari tingginya pertumbuhan penduduk di negara kecil mengakibatkan persaingan untuk mendapatkan pekerjaan menjadi tinggi. Sehingga tingkat pengangguran di negara kecil jauh lebih tinggi bila

<sup>2</sup> Todaro, Michael P. "Economic Development in The Thrid World" , New York, Longman: 1989

dibandingkan negara besar dikarenakan jumlah tenaga kerja lebih banyak daripada kesempatan lapangan kerja yang tersedia.

- **Tingkat Produktivitas**  
Jumlah faktor produksi yang terbatas dan kurangnya teknologi yang dimiliki menyebabkan terhambatnya produktifitas produksi pada negara kecil. Pada negara besar yang memiliki teknologi yang lebih modern dapat mengolah sumber daya semaksimal mungkin sehingga tingkat produktifitasnya lebih tinggi.
- **Ketergantungan Pada Sektor Pertanian / Primer**  
Pada negara kecil umumnya masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani yang memiliki ketergantungan akan hasil pertanian.
- **Tingkat ketergantungan dan kepekaan dalam hubungan internasional**  
Negara berkembang umumnya memiliki ketergantungan tinggi pada perekonomian luar negeri yang bersifat rentan akibat hanya mengandalkan ekspor komoditas primer yang tidak menentu.

#### 2.2.4. *Exchange Rate dan Domestic Resource Cost*

*Exchange rate* atau nilai tukar suatu mata uang terhadap mata uang lainnya merupakan bagian dari proses valuta asing. Istilah valuta asing mengacu pada mata uang asing actual atau berbagai surat lainnya seperti deposito dan lain sebagainya. Nilai tukar valuta asing merupakan harga penjualan dan pembelian terhadap sebuah mata uang. Bila kita ingin menukar satu dolar maka kita perlu mengeluarkan sejumlah rupiah untuk mendapatkan satu dolar tersebut. Nilai tukar selalu mengalami fluktuasi yang biasanya disebabkan oleh perubahan permintaan atau penawaran dalam bursa valuta asing. Berikut merupakan teori-teori yang berkaitan dengan exchange rate<sup>3</sup>:

- **Teori Paritas Daya Beli**  
Teori ini menyatakan bahwa kurs mata uang antar negara harus mencerminkan nilai perbandingan nilai mata uang satu negara terhadap negara lainnya yang ditentukan oleh daya beli masing-masing negara. Teori paritas daya beli ini diperkenalkan oleh seorang ekonom Swedia,

<sup>3</sup> Studi Empiris Rp/US\$ dan Rp/Yen, 1983.2-200.3 oleh Hadi Kardoyo dan Mundrajad Kuncoro

Gustav Cassel, pada tahun 1918. Teori paritas daya beli ini menghubungkan kurs valas dengan dengan harga-harga komoditi yang dinyatakan dalam uang lokal di pasar internasional (Baile & McMohan, 1989:16-19). Hubungan antara kurs valas dan harga komoditi dalam teori paritas daya beli yaitu kurs valas akan cenderung menurun dengan proporsi yang sama dengan kenaikan harga.

- Teori Frenkel-Bilson

Teori ini memuat asumsi harga fleksibel (*fleksible price model*) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara suku bunga dengan kurs valas (teori suku bunga riil terhadap kurs). Teori ini dikenal juga dengan nama teori Chicago. Asumsi ini menimbulkan konsekuensi bahwa suku bunga nominal harus mencerminkan perubahan tingkat inflasi yang diharapkan. Dasar teori Frenkel tersebut menyatakan bahwa kurs akan mencapai keseimbangan bila terdapat stok uang dua negara yang ingin dipegang. Karena itu, harga relative mata uang kedua negara harus dinyatakan dalam bentuk penawaran dan permintaan

- Teori Keynesian

Teori ini menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara kurs valas dan suku bunga nominal (Frankel). Perubahan suku bunga nominal merupakan refleksi dari kebijakan uang ketat (*tight money policy*) oleh pemerintah. Saat penawaran uang lebih banyak daripada permintaan, maka otoritas moneter akan melakukan kebijakan uang ketat dengan menaikkan suku bunga. Kenaikan suku bunga akan meningkatkan arus kapital (*capital inflow*) yang akan berdampak positif pada apresiasi kurs domestik.

*Domestic Resource Cost* merupakan perhitungan biaya domestik atau dalam negeri yang digunakan untuk menghasilkan sebuah produk. Dalam proses produksi kadang kala kita menggunakan bahan yang berasal dari luar negeri yang kita beli dengan mengeluarkan sejumlah dolar. Dengan perhitungan *domestic resource cost* ini akan didapatkan berapa perbandingan harga barang per dolar atau bisa kita simpulkan seperti *exchange rate*. Jika *domestic resource cost* lebih kecil dibandingkan nilai tukar dolar yang ada maka perusahaan tersebut efisien

dan dapat menghasilkan devisa untuk negara dengan pertukaran barang tersebut dengan barang lainnya. *Domestic resource cost* didapatkan dari besarnya biaya bahan-bahan lokal untuk memproduksi sebuah barang dibagi dengan *value added* dari barang tersebut. *Value added* merupakan pengurangan harga produk yang dijual dengan kurs dolar dengan biaya bahan baku luar dengan kurs dolar yang dibutuhkan untuk memproduksinya. Berikut merupakan perhitungan *domestic resource cost*<sup>4</sup>:

$$[\text{Domestic resource cost}] = \frac{[\text{Domestic content at domestic prices in Rupiah}]}{[\text{Domestic content at world prices in Dollars}]} \quad (2.1)$$

#### 2.2.5. *Balance of Trade* dan *Balance of Payment*

*Balance of Trade* atau neraca perdagangan adalah perbedaaan nilai ekspor dan nilai impor dalam suatu perekonomian selama periode tertentu. Apabila neraca perdagangan positif biasa disebut dengan surplus perdagangan bila ekspor lebih besar dari impor. Sedangkan bila neraca perdagangan negative maka disebut dengan defisit dikarenakan nilai impor lebih besar dari nilai ekspor.

*Balance of payment* atau neraca pembayaran mencatat semua tansaksi sebuah negara dengan negara lain, yang meliputi transaksi internasional sebuah negara pada suatu periode tertentu, biasanya satu tahun<sup>5</sup>. Dua komponen utama BoP yaitu *current account* dan *financial account*. Untuk *breakdown Balance of Payment* dapat dilihat pada Tabel 2.4.

Komponen pertama yaitu *current account* (neraca berjalan) ini terdiri dari transaksi ekspor dan impor barang dan jasa. Padanya ekspor dicatat sebagai kredit karena menghasilkan devisa bagi negara dan impor dicatat sebagai debit karena mengeluarkan devisa negara.

Yang ke dua adalah *financial account* yang mencatat transaksi *asset financial*, transfer pembayaran, piutang maupun hutang internasional. Nilai ekspor (X) dikurangi nilai impor (M) dan dikurangi dengan total transfer (TR) merupakan pendapatan negara, yang hasilnya dapat surplus maupun defisit. Berikut merupakan perhitungan BoP;

<sup>4</sup> Helmers, F. Leslie C. H. "Effective Protection" hal 401

<sup>5</sup> Yasinta, "Neraca pembayaran Internasional (Balance of Payment), July 22, 2008

$$\text{BoP} = (X - M) - \text{TR} \quad (2.2)$$

Kondisi defisit merupakan kondisi yang harus kita hindari dikarenakan pembelanjaan negara dari import lebih besar dibandingkan pendapatan negara dari ekspor. Beberapa kebijakan untuk mengurangi defisit BoP adalah<sup>6</sup>:

1. Kebijakan devaluasi, yaitu dengan menurunkan kurs tukar. Penurunan kurs tukar berarti harga barang ekspor akan lebih murah bagi konsumen luar negeri dan sebaliknya harga barang impor akan menjadi mahal bagi konsumen dalam negeri. Hal ini dapat mengurangi pembelanjaan produk impor yang masuk ke Indonesia.
2. Kebijakan penurunan harga, yaitu dengan menurunkan tingkat harga umum. Dengan tujuan untuk menurunkan permintaan agregat, pemerintah akan menaikkan pajak atau suku bunga. Naiknya pajak akan mengurangi daya beli masyarakat, sedangkan naiknya suku bunga akan mendorong masyarakat untuk menabung agar mengurangi konsumsi.
3. Kebijakan *supply side*, yaitu kebijakan dari sisi penawaran dalam suatu perekonomian. Caranya adalah dengan memanipulasi sisi penawaran (produksi) sehingga dalam jangka panjang akan meningkatkan kekompetitifan ekonomi dan ekspor negara.
4. Kebijakan proteksionisme. Misalnya dengan menaikkan tarif/cukai, memberlakukan kuota, persyaratan impor yang ketat, dan lain sebagainya. Intinya adalah untuk melindungi industri dalam negeri agar tidak mengalami kerugian.
5. Kebijakan hutang luar negeri, defisit dalam neraca pembayaran dapat dicegah dengan cara berhutang ke luar negeri atau mengurangi *capital flights*. Dimana transfer dianggap sebagai sejumlah dana yang lari keluar negeri (*capital flight*).
6. Kebijakan investasi asing (*direct investment*). Investasi asing berarti ada dana dari luar negeri yang masuk perekonomian (*negative transfer*). Sehingga dengan adanya dana yang masuk dari luar negeri ini atau biasa

---

<sup>6</sup> *Ibid*

disebut dengan investasi asing yang masuk dapat mengurangi defisit yang sedang dialami.

**Tabel 2.3 Breakdown BoP**

URAIAN	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>I. CURRENT ACCOUNT</b>				
*Balance on goods				
-Exports				
-Imports				
*Balance on service				
*Balance on income				
*Current transfers				
<b>II. CAPITAL &amp; FINANCIAL ACCOUNT</b>				
*Direct investment				
-Abroad				
-In Indonesia				
*Portfolio investment				
-Assets				
-Liabilities				
*Other investment				
-Assets				
-Liabilities				
<b>III. TOTAL (I+II)</b>				
<b>IV. NET ERRORS &amp; OMISSIONS</b>				
<b>V. OVERALL BALANCE (III+IV)</b>				
<b>VI. RESERVES &amp; RELATED ITEMS (A+B)</b>				
A.Changes transaction of Reserve assets				
B.Use fund credit and loans				

#### 2.2.6. Teori Biaya dalam Industri

Biaya ditemukan dalam semua jenis perusahaan ataupun organisasi, baik itu merupakan industri, penjual jasa atau pedagang serta penjual eceran. Pada umumnya biaya dikeluarkan dan diklasifikasikan berdasarkan tujuan operasi perusahaan.

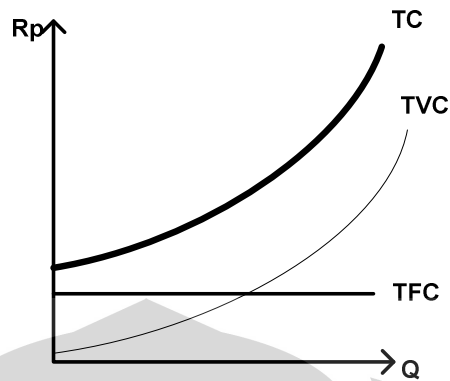
##### 2.2.6.1. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan segala biaya yang dikeluarkan untuk proses perubahan bahan baku menjadi barang jadi dengan menggunakan alat-alat produksi dan tenaga kerja. Pada umumnya biaya produksi dibagi menjadi tiga bagian yaitu :

1. Bahan baku langsung, yaitu biaya yang merupakan macam-macam bahan yang digunakan dalam proses produksi atau pembuatan barang yang nantinya menjadi barang jadi. Artinya produk tidak akan selesai bila bahan-bahan tersebut tidak digunakan dalam proses pembuatannya.
2. Upah langsung, yaitu upah buruh atau pegawai yang tenaganya dibayar khusus untuk membuat produk dalam proses produksinya dan bersentuhan langsung dengan produk.
3. *Overhead* produksi atau yang biasa kita kenal dengan biaya tidak langsung, yaitu merupakan biaya yang menunjang keberhasilan dalam mewujudkan produk tersebut. Akan tetapi seringkali tidak nampak secara langsung dalam menghasilkan produk jadi. Yang termasuk dalam biaya tidak langsung ini seperti; bahan pembantu, upah tidak langsung, pajak bumi dan bangunan, asuransi, penyusutan pabrik, pemeliharaan dan biaya lainnya yang menunjang proses produksi.

Biaya-biaya yang terkait dengan biaya produksi adalah biaya total (TC), biaya total rata-rata (ATC) dan biaya marjinal (MC). Penjelasan ketiga biaya ini yaitu:

- Biaya bukan produksi. Pada umumnya biaya bukan produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk biaya penjualan dan biaya umum serta administrasi. Biaya penjualan merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan kegiatan menyediakan barang tersebut seperti biaya pengiriman barang, pengepakan, *discount* penjualan serta iklan. Pada biaya umum dan administrasi kegiatan seperti bagian administrasi seperti biaya kegiatan perusahaan, sekertaris dan pekerja yang berada di belakang meja.
- Biaya total adalah keseluruhan biaya produksi yang digunakan untuk menghasilkan sejumlah output produk. Rumus untuk menghitung biaya ini adalah total biaya tetap ditambah dengan total biaya variabel yang digunakan dalam proses produksi, ( $TC = TFC + TVC$ ). Berikut merupakan kurva biaya total:



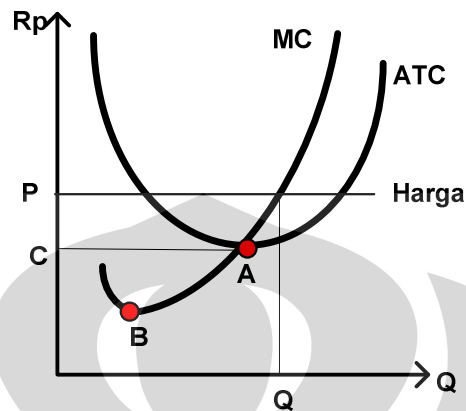
**Gambar 2.1** Kurva Biaya Total

- Biaya total rata-rata adalah biaya yang dibebankan untuk sebuah unit produk yang dihasilkan. Rumus untuk menghitung biaya ini adalah total biaya dibagi dengan jumlah keseluruhan barang yang diproduksi, ( $ATC = TC / Q$ ). Pada perhitungan yang akan dilakukan apabila harga produk-produk Cina yang masuk ke Indonesia berada dibawah titik minimum biaya total rata-rata maka UKM akan menderita kerugian. Apabila harga produk Cina yang masuk masih diatas titik minimum biaya total rata-rata maka UKM akan mendapatkan laba atau keuntungan dengan penjualan barang.
- Biaya marginal adalah kenaikan biaya yang dikeluarkan perusahaan sebagai kenaikan satu unit output. Rumus untuk menghitung biaya ini adalah selisih biaya total dibagi dengan selisih kenaikan jumlah *output* di tahun berikutnya, ( $MC = \Delta TC / \Delta Q$ ).

Berikut merupakan Gambar 2.2 mengenai kurva MC dan ATC. Pada kurva tersebut terdapat titik A dan titik B. Titik A merupakan nilai minimum dari biaya total rata-rata yang merupakan nilai rata-rata terendah untuk biaya yang dibebankan untuk satu unit produk yang dihasilkan. Titik B merupakan nilai minimum dari biaya marginal, pada titik ini merupakan titik balik biaya marginal yang akan terus meningkat seiring dengan pertambahan satu unit produk yang dihasilkan. Dari kurva pun dapat dilihat bahwa fungsi penyediaan (*supply function*) berupa garis mendatar CB yang disambung dengan garis MC.



Suatu usaha akan berusaha menetapkan minimum ATC dibawah harga produk yang berlaku dipasar agar mendapatkan keuntungan.



**Gambar 2.2** Kurva *Marginal Cost* dan *Average Total Cost*

## 2.3. Teori Kualitas dan Kepuasan Pelanggan

### 2.3.1. Kualitas

Dalam ilmu manajemen operasi, kualitas didefinisikan sebagai kesesuaian pemakaian, yang mengacu kepada apakah produk atau jasa telah memenuhi keinginan pelanggan dan dapat diandalkan<sup>7</sup>. Ada beberapa pendekatan yang digunakan dalam mendefinisikan kualitas<sup>8</sup>:

#### 1. *Customer-based Approach*

Kualitas adalah dapat memenuhi harapan penggunanya. Oleh J.M Juran kualitas didefinisikan sebagai, “*Quality is Fitness For Use*”.

#### 2. *Manufacturing-based Approach*

Kualitas adalah tingkat di saat sebuah produk yang spesifik dapat sesuai dengan persyaratan atau spesifikasi yang telah ditetapkan.

#### 3. *Product-based Approach*

Kualitas sebagai karakteristik atau jumlah variabel yang dapat dihitung dan diukur tetapi tidak dapat dinyatakan dengan harga.

<sup>7</sup> Yonggui Wang, dan Hing-Po Lo., “Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Behaviour Intentions”, *Evidence from China’s Telecommunication Industry*, Info 4,6 2002, hal. 51

<sup>8</sup> Hunt, Daniel V. “Managing for Quality, Integrating Quality and Business Strategy”, *Technology Research Cooperation*, 1993, hal. 32.

#### 4. *Value-based Approach*

Kualitas dipandang dari segi nilai dan harga. Kualitas dari perspektif ini sifatnya relatif sehingga produk dengan kualitas tinggi tidak menjamin sebagai produk yang paling bernilai tinggi pula, tetapi produk atau jasa yang paling bernilai adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*).

#### 5. *Transedent Approach*

Kualitas dianggap sebagai standar tertinggi suatu produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan.

Berdasarkan hal ini, jelaslah bahwa peningkatan kualitas yang jelas, berkesinambungan dan berkelanjutan tidak mungkin tercapai tanpa diketahuinya performa kualitas. Untuk mengetahui secara langsung efek yang dihasilkan dari setiap pelayanan yang diberikan, perlu diadakan pengukuran dan perbandingan performa kualitas yang dihasilkan.

#### 2.3.2. Kepuasan Pelanggan

Untuk bertahan di tengah persaingan industri yang ketat saat ini, banyak perusahaan yang lebih fokus pada pelanggannya (*customer oriented*). Mengetahui dan memahami apa yang pelanggan inginkan dan harapkan akan membuat kita selangkah lebih maju dalam mencapai kepuasan pelanggan. Kotler memberikan definisi kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya<sup>9</sup>. Definisi lain mengenai kepuasan pelanggan adalah<sup>10</sup>:

- Hasil dari tidak terjadinya kesalahan apapun.
- Dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- Diartikan sebagai kesenangan.
- Evaluasi pelanggan terhadap kualitas barang atau jasa.

<sup>9</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Edisi Keenam*, 1993, hal. 486.

<sup>10</sup> Ingrid Fečlikova, "An index method for measurement of customer satisfaction", *The TQM Magazine*, Vol. 16, No. 1, 2004, hal. 59.

### 2.3.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Metode yang dapat dilakukan dalam pengukuran kepuasan pelanggan sangat beragam<sup>11</sup>. Diantaranya adalah dengan pembelanjaan siluman (*ghost shopper*) yaitu metode dengan meminta orang untuk berpura-pura sebagai pembeli atau pelanggan, kemudian ia harus melaporkan hal-hal yang sudah dianggap memuaskan dan yang belum memuaskan. Metoda selanjutnya dengan mengadakan *survey* pelanggan melalui kuesioner atau wawancara. Mengetahui kepuasan pelanggan juga dapat dilakukan dengan analisis pelanggan yang hilang dengan cara menghubungi pelanggan yang berpindah pada produk atau jasa lain untuk mendapatkan informasi mengenai alasan dan penyebabnya.

### 2.3.4. Importance Performance Analysis

Metode pengukuran lain yang juga dilakukan secara langsung adalah *Importance-Performance Analysis* (IPA). Metode ini ditemukan oleh Martilla dan James pada tahun 1977. IPA mengidentifikasi tingkat kepentingan yang diberikan oleh pelanggan terhadap berbagai kriteria atau variabel yang sedang dinilai<sup>12</sup>. Menurut Barsky, tingkat kepentingan yang rendah menunjukkan kecilnya pengaruh atau kontribusi variabel tersebut terhadap *overall satisfaction* dan tingkat kepentingan yang tinggi menunjukkan besar dan kritisnya pengaruh variabel tersebut dalam menentukan kepuasan pelanggan sehingga berpengaruh terhadap *overall satisfaction*<sup>13</sup>.

Tujuan pengkombinasian tingkat kepentingan serta persepsi yang diterima pelanggan adalah untuk mengidentifikasi variabel serta kombinasi mana yang mempengaruhi perilaku dan kepuasan konsumen serta variabel mana yang memiliki pengaruh paling kecil. Dari analisis teknik ini, akan didapatkan informasi yang berguna bagi organisasi dalam menentukan langkah peningkatan yang paling tepat diterapkan<sup>14</sup>. Pendapat ini juga didukung oleh Lovelock et. al., yang menyatakan bahwa IPA merupakan alat manajemen yang sangat berguna dalam mengarahkan sumber daya yang terbatas ke area dimana peningkatan

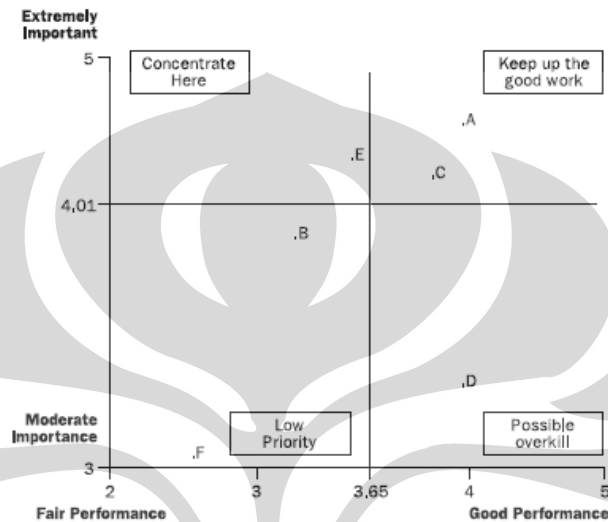
<sup>11</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Edisi Keenam*, 1993., hal 45.

<sup>12</sup> Martin A. O'Neill, et. al., "Diving Into Service Quality-The Dive Tour Operator Service" *Managing Service Quality*, vol. 10, no. 3, 2000, hal, 407.

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> *Ibid.*

performa akan memberikan efek yang sangat besar terhadap peningkatan *overall satisfaction* pelanggan. Perbandingan nilai antara kepentingan dan performa suatu variabel memperlihatkan pengukuran yang tepat mengenai kemampuan suatu pelayanan atau atribut dalam memenuhi kebutuhan konsumen.



**Gambar 2.3** *Importance-Performance Diagram*

(Sumber: Mathew Joseph, et. al., 1999, hal. 184)

Martilla dan James juga mengembangkannya dengan grafik dua dimensi, yang memperlihatkan tingkat kepentingan dan performa suatu variabel dalam kualitas sebuah produk ataupun pelayanan. Keempat kuadran memberikan informasi mengenai setiap variabel yang telah dinilai<sup>15</sup>:

- *Concentrate here*, pada kuadran ini, konsumen merasa bahwa beberapa variabel sangat penting namun performa dari variabel tersebut masih kurang memuaskan.
- *Keep up the good work*, pada kuadran ini, konsumen merasa bahwa beberapa variabel sangat penting dan performanya sudah memuaskan.
- *Low priority*, pada kuadran ini konsumen merasa tidak puas akan suatu variabel, tetapi mereka pun tidak menganggap variabel tersebut penting.

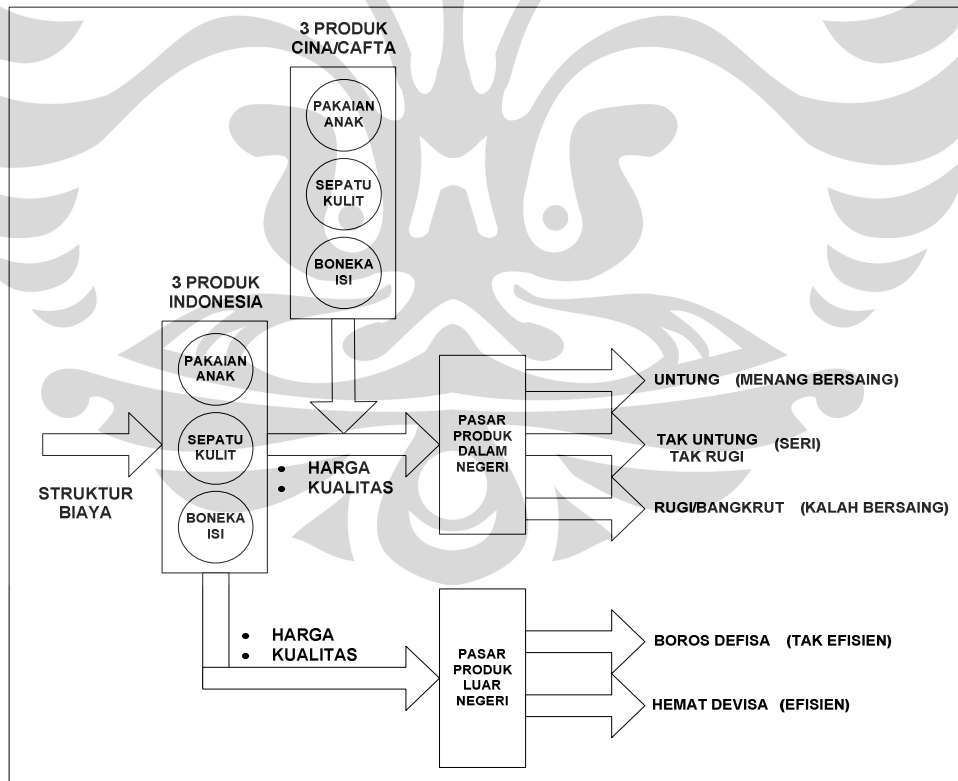
<sup>15</sup> Mathew Joseph, et. al., "Service quality in the banking sector: the impact of technology on service delivery", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No. 4, 1999, hal. 184.

- *Possible overkill*, pada kuadran ini, terdapat beberapa variabel yang dinilai konsumen memuaskan namun sebenarnya mereka tidak dianggap penting.

## 2.4. Pemodelan dalam Penelitian

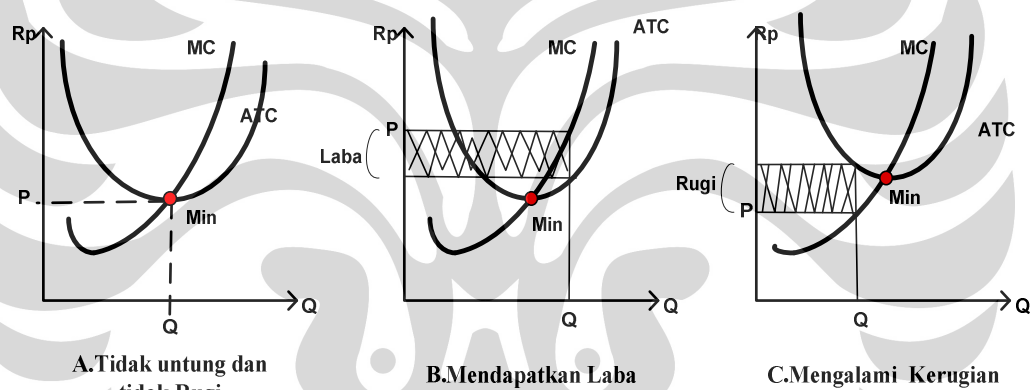
### 2.4.1. Model

Ketiga produk yang akan diteliti adalah pakaian anak, sepatu kulit asli dan boneka isi atau lebih dikenal dengan boneka bulu. Pemilihan ketiga produk berdasarkan pengamatan peneliti terhadap produk-produk Cina yang beredar dipasaran dan dikabarkan akan menghancurkan produsen-produsen dalam negeri (UKM) karena tidak dapat bersaing. Isu yang ada mengatakan bahwa produk Cina yang masuk memiliki harga yang jauh lebih murah dan memiliki kualitas yang seimbang, karenanya peneliti ingin menganalisa mengenai keadaan atau daya saing yang sebenarnya terjadi untuk ketiga produk diatas. Berikut merupakan model penelitian ketiga produk Indonesia dalam persaingannya dengan produk Cina yang dapat dilihat pada Gambar 2.4.



**Gambar 2.4** Model Penelitian 3 Produk Dalam Persaingan Pasar Dalam Negeri dan Luar Negeri Menghadapi CAFTA

Tinjauan daya saing dilihat dari tiga variabel, yaitu yang pertama keadaan struktur biaya ketiga produk. Analisis struktur biaya ini akan membandingkan struktur biaya produk lokal dengan barang yang produksi Cina yang masuk di pelabuhan. Nilai yang akan dilihat melalui grafik adalah apakah harga jual produk sebesar harga jual produk Cina yang lebih murah karena tanpa atau dengan pengurangan tarif dan bea masuk tersebut dapat menguntungkan perusahaan atau tidak. Kemungkinan pertama tidak rugi dan tidak untung karena biaya yang dikeluarkan dan hasil penjualan besarnya sama, kemungkinan ke dua mendapatkan laba karena biaya produksi lebih rendah dari nilai jual ( $P$ ). Dan kemungkinan ke tiga mengalami kerugian karena biaya produksi lebih besar dari nilai jual ( $P$ ). Tampilan grafik ketiga kemungkinan dapat dilihat pada Gambar 2.5 a, b dan c.



**Gambar 2.5** Kondisi UKM ditinjau dari Struktur Biaya

Tinjauan ke dua dilihat dari analisis kisaran harga pasar rata-rata untuk masing-masing produk yaitu produk Indonesia dan produk Cina yang terjual di beberapa pasar tradisional maupun modern. Kedua harga pasar rata-rata tersebut diperbandingkan satu sama lain. Harga rata-rata tersebut dibuat karena produk yang terjual ada macam-macam jenisnya.

Tinjauan ke dua dilihat dari analisis kisaran harga pasar rata-rata untuk masing-masing produk yaitu produk Indonesia dan produk Cina yang terjual di beberapa pasar tradisional maupun modern. Kedua harga pasar rata-rata tersebut diperbandingkan satu sama lain. Harga rata-rata tersebut dibuat karena produk yang terjual ada macam-macam jenisnya.

Variabel analisis yang ke tiga adalah kualitas produk menurut konsumen. Dalam kualitas produk menurut konsumen peneliti menggunakan kuesioner untuk membandingkan produk lokal dan produk yang berasal dari Cina yang nantinya akan dibuat diagram *importance performance analysis*. Selain itu model penelitian ini juga nantinya akan menghitung kemampuan ketiga produk untuk menghasilkan atau menghemat devisa dari perhitungan biaya domestik yang digunakan untuk menghasilkan sebuah produk.

#### 2.4.2. Pengukuran Kualitas

Pengukuran adalah pemakaian satuan kuantitatif atau kualitatif pada obyek penelitian, yang mendeskripsikan jumlah atau tingkatan yang dimiliki objek tersebut<sup>16</sup>. Dalam melakukan pengukuran, diperlukan suatu prosedur yang dapat membantu, yaitu skala yang merupakan suatu prosedur pemberian angka atau simbol kepada sejumlah ciri dari suatu obyek. Pada penelitian ini digunakan skala interval yang meliputi penggunaan nomor-nomor untuk mengurutkan objek-objek dengan cara jarak antara koresponden numeral hingga jarak antara karakteristik masing-masing objek yang diukur. Contohnya adalah pendapat seseorang tentang kegunaan meja: Tidak penting 1 2 3 4 5 Sangat penting.

#### 2.4.3. Pengambilan Sampel

*Sampling* digunakan ketika mustahil untuk memeriksa semua item dalam populasi. Dalam mengambil sampel, seorang peneliti harus melakukannya dengan benar agar karakteristik sampel tersebut dapat mewakili karakteristik keseluruhan populasi (statistik inferens). *Sample* adalah pemilihan elemen bagian dari suatu grup yang lebih besar<sup>17</sup>.

#### 2.4.4. Ukuran Sampel

Biasanya dibutuhkan 3 kriteria untuk menentukan ukuran sampel yang sesuai yaitu<sup>18</sup>:

<sup>16</sup> Bilson Simamora, *Analisi multivariat Pemasaran*, Gramedia, Jakarta, 2005, hal 11.

<sup>17</sup> Gilbert A. Churchill, JR., *Op. Cit.*, hal. 476.

<sup>18</sup> Glenn D. Israel, "Determining Sample Size", *Program Evaluation and Organizational Development, Florida Cooperative Extension Service*, PEOD-6, 1992, hal 1.

1. *Level of Precision* atau *sampling error*, adalah suatu kisaran ketika nilai tertentu diestimasi sebagai nilai sebenarnya dari populasi. Kisaran ini sering dinyatakan dalam persentase.
2. *Level of Confidence* atau *level of risk* didasarkan pada *Central Limit Theorem*. Ide utama pada *Central Limit Theorem* adalah ketika suatu populasi diambil sampelnya secara berulang, maka nilai rata-rata dari variabel yang diambil sampelnya akan sama dengan nilai dari populasi yang sebenarnya. Kemudian nilai yang didapatkan oleh sampel ini akan didistribusikan secara normal terhadap nilai yang sebenarnya, dengan beberapa sampel mempunyai nilai yang lebih tinggi dan beberapa mempunyai nilai yang lebih rendah dari nilai populasi yang sebenarnya. Dalam suatu distribusi normal, sekitar 95% dari nilai sampel berada di antara dua standar deviasi dari nilai populasi yang sebenarnya. Selalu ada kemungkinan bahwa sampel yang diambil tidak mewakili nilai populasi yang sebenarnya. Risiko ini menurun untuk *confidence level* 99% dan meningkat untuk *confidence level* 90%.
3. *Degree of Variability*, dari variabel yang diukur merupakan distribusi dari variabel dalam populasi. Semakin heterogen suatu populasi, semakin besar ukuran sampel yang diperlukan untuk mendapatkan *level of precision* yang diinginkan. Semakin homogen suatu populasi, semakin kecil ukuran sampel yang diperlukan.

Penentuan ukuran sampel minimum berdasarkan *variance* populasi (*infinite population*). Ukuran *variance* ini dapat diketahui dari standar deviasi *pilot test* yang dilakukan sebelumnya. Persamaannya adalah<sup>19</sup>:

$$n = \frac{z^2}{H^2} \sigma^2 \quad (2.3)$$

$n$  = Ukuran sampel minimum

$z$  = Tingkat kepercayaan (*degree of confidence*)

$\sigma$  = Standar deviasi, ( $\sigma^2$  = *variance of population*)

$H$  = Tingkat presisi yang diinginkan

---

<sup>19</sup> Gilbert A. Churchill, JR., *Op. Cit.*, hal. 537.



Untuk populasi yang besar, Cochran<sup>20</sup> memberikan formula untuk menghitung suatu sampel dari proporsi, yaitu :

$$n_o = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (2.4)$$

dimana :  $n_o$  = ukuran sampel minimum

$z^2$  = abis dari kurva normal yang memotong area  $\alpha$  pada bagian ekor

p = estimasi proporsi dari sebuah atribut yang ada pada populasi

q = 1-p

e = level presisi yang diinginkan (tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi)

#### 2.4.5. Pengujian

Terdapat beberapa hal yang dapat menjadi sumber timbulnya kesalahan (*error*) dalam pengukuran kepuasan konsumen melalui sebuah riset karenanya diperlukan pengujian reliabilitas dan validitas agar dapat memastikan alat uji dan data yang kita kumpulkan merupakan data yang dapat digunakan secara tepat.

---

<sup>20</sup> W.G. Cochran, *Sampling Techniques 2<sup>nd</sup> Edition*, John Wiley and Sons, Inc., USA, 1963, hal. 75.

## **BAB 3**

### **PERIHAL PRODUK**

Pada bab ini akan diterangkan mengenai sejarah perdagangan dengan Cina dan penjelasan mengenai CAFTA. Selain itu objek penelitian yang terdiri dari pakaian anak perempuan, sepatu kulit asli dan boneka isi. Data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber baik tertulis maupun menggunakan kuesioner dan sedikit pengolahan data yang bersifat umum akan dijabarkan secara detail.

#### **3.1. Perdagangan Indonesia-china**

##### **3.1.1. Sejarah Hubungan Dagang Indonesia dan China**

Sebenarnya sejarah hubungan dagang Indonesia dan Cina sudah terjadi dari abad ke 5 dimana pada saat itu kita mengenal adanya perdagangan melalui jalur sutra. Hal ini didasari dari catatan harian pendeta Tiongkok pada masa itu yang melakukan pertukaran dengan komoditi keramik. Jadi awal mula hubungan kerjasama Indonesia-Cina, dimulai dari sektor perdagangan yang kemudian menjalar pada bidang lainnya. Hubungan diplomatik Indonesia dan Cina dimulai pada tahun 1950. Sukamdani S. dalam bukunya “Dinamika Hubungan Indonesia-Tiongkok” Thn 2006 memaparkan sejarah hubungan Indonesia-Tiongkok dalam tiga periode yakni awal hubungan diplomatik pada periode 1950-1967, pembekuan hubungan diplomatik pada periode 1967-1990 yang meliputi sub-periode 1967-1985 (hubungan kedua negara beku secara total di segala bidang perdagangan, investasi, kebudayaan, pendidikan dll.) dan sub-periode 1985-1990 (hubungan diplomatik, investasi dan sosial-budaya berada dalam keadaan beku, tetapi hubungan dagang langsung mulai dibuka kembali dengan dunia usaha dari kedua negara berperan sebagai pemrakarsa, pelaksana, dan penanggungjawabnya), serta pemulihan hubungan diplomatik pada periode sejak 1990 hingga saat ini.

##### **3.1.2. Perjanjian CAFTA**

*Asean-China Free Trade Area (ACFTA)* merupakan kesepakatan yang dibuat oleh negara-negara ASEAN dengan Cina untuk mewujudkan kawasan

perdagangan bebas dengan mengurangi atau menghilangkan hambatan-hambatan perdagangan seperti tarif maupun non tarif, peningkatan akses pasar jasa dan hubungan kerjasama yang lebih baik guna meningkatkan kesejahteraan bersama. Landasan hukum pembentukan kawasan perdagangan bebas ini dimulai dari ditandatanganinya *ASEAN-China Comprehensive Economic Cooperation* pada tanggal 6 November 2001 di Bandar Sri Begawan, Brunei Darussalam. Sebagai titik awal proses pembentukannya para Kepala Negara kedua pihak menandatangani *Framework Agreement* pada tanggal 6 Oktober 2002 di Phnom Pehn. *Framework* ini beberapa kali mengalami perubahan sampai terbentuklah kesepakatan yang dikehendaki. Indonesia telah meratifikasi *Framework Agreement ASEAN-China FTA* melalui Keputusan Presiden Nomor 48 Tahun 2004 tanggal 15 Juni 2004.

#### 3.1.2.1 Tujuan CAFTA

- Memperkuat dan meningkatkan kerjasama ekonomi, perdagangan, dan investasi antar negara-negara anggota.
- Meliberalisasi secara progresif dan meningkatkan perdagangan barang dan jasa serta menciptakan suatu system yang transparan dan untuk mempermudah investasi
- Menggali bidang-bidang kerjasama yang baru dan mengembangkan kebijaksanaan yang tepat dalam rangka kerjasama ekonomi antara negara-negara anggota.
- Memfasilitasi integrasi ekonomi efektif para anggota ASEAN baru (Kamboja, Laos, Myanmar dan Vietnam) dan menjembatani kesenjangan pembangunan ekonomi diantara negara-negara anggota.

#### 3.1.2.2 Persetujuan Perdagangan Barang

Dalam CAFTA disepakati akan dilaksanakan liberalisasi penuh pada tahun 2010 bagi ASEAN 6 dan Cina, serta tahun 2015 untuk Kamboja, Laos, Vietnam dan Myanmar. Penurunan tariff dalam rangka kerjasama CAFTA dilaksanakan dalam tiga tahap, yaitu :

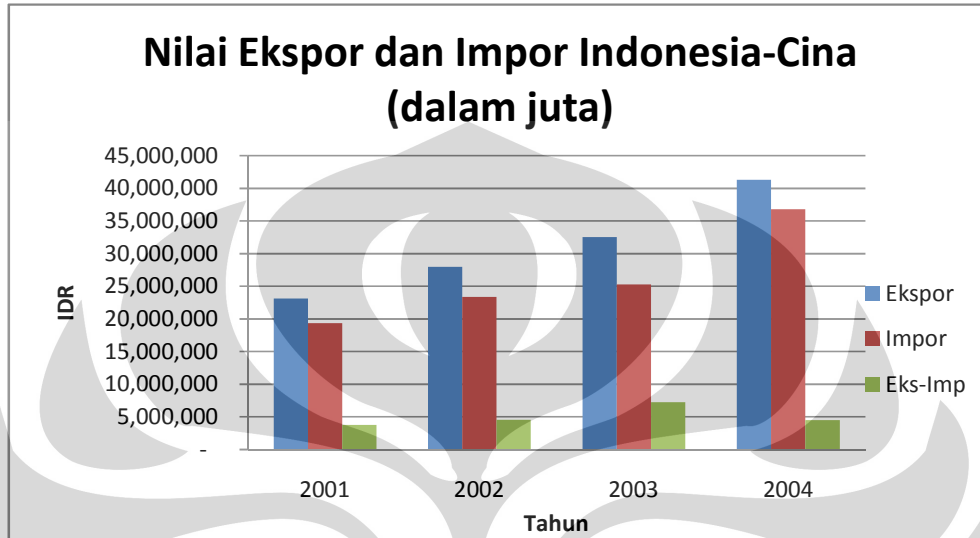
- *Early Harvest Program (EHP)*<sup>21</sup>:  
Produk-produk dalam EHP antara lain binatang hidup, ikan, dairy products, tumbuhan, sayuran dan buah-buahan. Penurunan tarif dimulai 1 Januari 2004 secara bertahap dan akan menjadi 0% pada 1 Januari 2006
- *Normal Track*  
Ambangnya dimulai, untuk 40% produk dikenakan penurunan tarif antara 0-5% pada tahun 2005 dan 100% produk pada )% tarif di tahun 2010. Beberapa produk dengan pos tarif tertentu akan dihapuskan pada tahun 2012.
- *Sensitive Track*  
Pada *sensitive track* terbagi menjadi 2 yaitu *Sensitive List* yang akan menghapuskan tarif untuk barang tertentu dimulai pada tahun 2012-2018 untuk produk-produk seperti kulit, alat music, mainan, kacamata, dan lain sebagainya. Dan yang kedua *Highly Sensitive List* yang akan mulai diberlakukan pada tahun 2015 dengan produk-produknya yaitu beras, gla, jagung, produk tekstil, otomotif dan keramik.

### 3.1.3. Ekspor dan Impor Indonesia – Cina

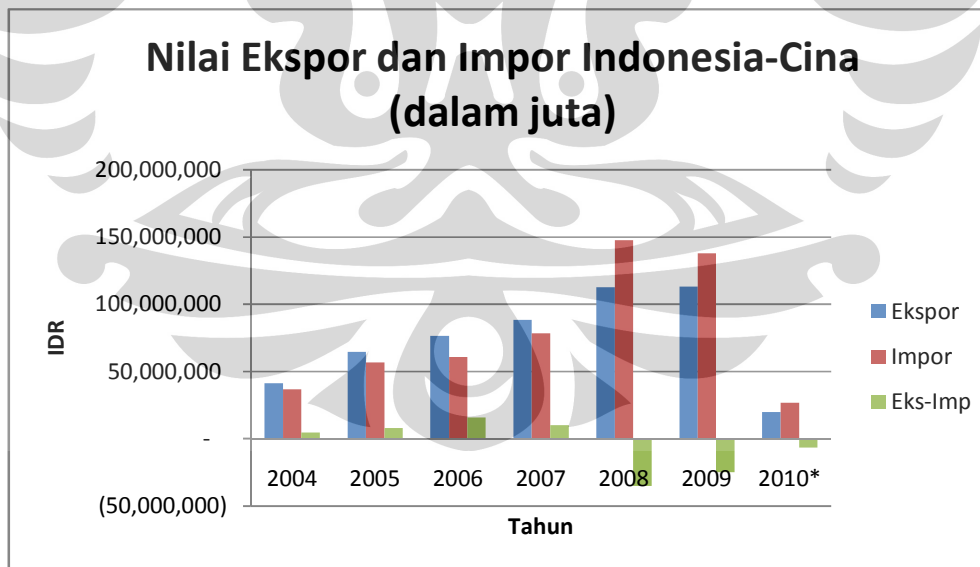
Kondisi ekspor dan impor Indonesia selama beberapa tahun belakangan ini mengalami pergerakan yang signifikan. Total penjualan ekspor ke berbagai negara meningkat dengan pesat setelah berlakunya perjanjian kerjasama perdagangan bebas ini. Namun disisi lain perkembangan itu dihambat oleh tingginya jumlah barang impor yang masuk dari berbagai negara yang terlibat *free trade*. Pada penelitian kali ini peneliti melihat kondisi perdagangan bilateral Indonesia dan Cina. Untuk nilai ekspor Indonesia ke Cina dari tahun ketahun mengalami kenaikan, pada tahun 2001 nilai ekspor Indonesia sejumlah 2.3 juta yang dalam kurun waktu sembilan tahun menembus angka 14 juta dolar. Sebanding dengan kenaikan ekspor, kondisi impor barang Cina ke Indonesia pun ikut mengalami pergerakan. Pada tahun 2001 nilai impor Cina senilai 1,9 juta dolar yang mengalami peningkatan ke angka 20 juta dolar dalam kurun waktu sembilan

<sup>21</sup> ASEAN-China Free Trade Area, Pebruari 2010, Direktorat Kerjasama Regional, Ditjen Kerjasama Perdagangan Internasional.

tahun. Berikut merupakan Tabel 3.1, Gambar 3.1 dan Gambar 3.2 yang merupakan penjelasan mengenai jumlah ekspor dan impor non migas antara Indonesia dan Cina.



**Gambar 3.1** Nilai Ekspor dan Impor Indonesia-Cina (dalam juta) pada tahun 2001-2004



**Gambar 3.2** Nilai Ekspor dan Impor Indonesia-Cina (dalam juta) pada tahun 2004-2008

**Tabel 3.1** Nilai Ekspor dan Impor Indonesia dan Cina

INDONESIA-CINA (dlm Juta)					
Tahun	Ekspor (\$)	Impor (\$)	Ekspor (Rp)	Impor (Rp)	Selisih (Rp)
2001	2,200.70	1,842.70	23,107,350	19,348,350	3,759,000
2002	2,902.90	2,427.40	27,949,121	23,371,007	4,578,114
2003	3,802.50	2,957.50	32,499,968	25,277,753	7,222,215
2004	4,604.70	4,101.30	41,299,554	36,784,560	4,514,995
2005	6,662.40	5,842.90	64,618,618	56,670,287	7,948,331
2006	8,343.60	6,636.90	76,627,622	60,953,290	15,674,333
2007	9,675.50	8,557.90	88,511,474	78,287,669	10,223,805
2008	11,636.50	15,247.20	112,641,320	147,592,896	(34,951,576)
2009	11,499.44	14,003.17	113,269,484	137,931,225	(24,661,741)
2010*	2,145.81	2,859.49	20,063,324	26,736,232	(6,672,908)

\*Data untuk bulan Januari-Februari 2010, (sumber BPS)

#### 3.1.4. Dampak Positif dan Negatif Perdagangan Bebas ACFTA

Dalam hal ini terdapat beberapa dampak positif dan negatif dari diberlakukannya perdagangan bebas ACFTA terhadap Indonesia. Salah satu dampak positif dari ACFTA adalah potensi pasar yang besar bagi produk Indonesia di Cina. Dengan jumlah penduduk 1,4 miliar dan tingkat pertumbuhan ekonomi yang menjanjikan telah membuat Cina sebagai pasar yang menarik dan menjanjikan untuk dimasuki disamping dari negara-negara ASEAN lainnya. Selain itu dengan adanya ACFTA dapat meningkatkan iklim investasi yang baik bagi Indonesia. Peningkatan kualitas serta inovasi produk yang berkelanjutan dapat tercipta dikarenakan iklim persaingan yang kondusif, sehingga produk-produk Indonesia dapat bersaing dengan produk dari negara lainnya.

Disisi lain dampak negative dari ACFTA antara Indonesia dan Cina dilihat dari perbedaan pertumbuhan ekspor dan impornya. Data menunjukkan ekspor non migas Indonesia ke Cina sejak tahun 2004 hingga 2008 hanya 27.26%, sedangkan pertumbuhan impor dari Cina ke Indonesia mencapai 88.53%. Untuk skala kecil terasa pada produk-produk lokal yang tidak mampu bersaing dan terpaksa gulung tikar ataupun merumahkan karyawannya. Rendahnya daya saing ini dipengaruhi beberapa faktor, diantaranya yaitu keterbatasan sumber energi, biaya yang tidak bersaing, system dan aturan ketenaga kerjaan yang tidak produktif dan mendukung, kurangnya sarana dan prasarana atau infrastruktur yang memadai, birokrasi dan kepabeanan yang berbelit-belit, terbatasnya akses pendanaan dan

kegiatan usaha serta kurangnya promosi produk lokal dan kecintaan penduduk akan produksi dalam negeri.

### 3.2. Perihal Ketiga Objek Studi

Berikut adalah produk-produk Indonesia yang dibahas dalam penelitian ini. Ketiga produk tersebut diambil dari industri UKM atau yang biasa kita sebut home industri.

#### 3.2.1. UKM Konveksi

UKM ini berlokasi di daerah Pulo, Jakarta Selatan. UKM milik Bapak H. Rosyid ini telah berdiri kurang lebih selama 20 tahun dan bergerak dibidang konveksi pakaian anak perempuan. Kapasitas produksi sampai saat ini mencapai 7500 lusin pakaian anak dengan jumlah tenaga kerja mencapai 55 orang. Usaha konveksi rumahan ini telah memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar maupun pendatang yang memiliki keahlian jahit dan mau belajar untuk menjadi lebih baik. Dengan bermodal tujuh puluh dua mesin yang digunakan untuk memproduksi pakaian tersebut dapat menghasilkan laba diatas seratus juta setiap tahunnya. Kendati demikian menurut penuturan Bapak Rosyid sampai saat ini UKM ini kekurangan tenaga kerja untuk memenuhi permintaan barang.

##### 3.2.1.1. Produk UKM Konveksi

Secara garis besar produk konveksi Pulo ini merupakan pakaian anak perempuan dari usia 1 sampai 5 tahun. Model yang disediakan yaitu *one piece* (model terusan) atau *two piece* (atas-bawah). Bahan baku yang digunakan yaitu bahan katun, berukat, silk, saten dan poliester dari berbagai warna dan motif. Sumber daya manusia yang digunakan berjumlah 55 orang yang terdiri dari kuli jahit, kuli potong, kuli obras, kuli antar, bagian *finishing* dan beberapa anak binaan. Pemasaran produk ini melalui pesanan pengecer maupun dimasukkan ke agen-agen grosir di wilayah Tanah abang dan Mangga dua.

Setiap bulannya pesanan pakaian anak dapat dipenuhi hingga 700 lusin dengan waktu delapan jam kerja. Mesin-mesin yang digunakan berjumlah 72 unit yang meliputi mesin jahit, mesin obras jarum 4, mesin neci, mesin obras jarum 5

dan mesin potong. Berikut merupakan contoh produk yang dihasilkan dan data UKM konveksi pada Gambar 3.3 dan Tabel 3.2.



**Gambar 3.3** Contoh Pakaian Anak Produk UKM Pulo



**Tabel 3.2** Data UKM Konveksi

No	Bahan Baku	Tenaga Kerja	Mesin
1	Katun	Kuli jahit	Mesin jahit
2	Berukat	Kuli potong	Mesin obras jarum 4
3	Silk	Kuli obras	Mesin neci
4	Saten	Kuli antar	Mesin obras jarum 5
5	Poliester	Bagian finishing	Mesin potong
6		Pembinaan	
<b>Total</b>	<b>Puluhan ribu yard</b>	<b>55 orang</b>	<b>72 unit</b>

### 3.2.2. UKM Sepatu Kulit Asli

UKM ini berlokasi di daerah Kampung Rambutan, Jakarta Timur. UKM milik Bapak Mahyudi telah berdiri kurang lebih selama 10 tahun dan bergerak dibidang pembuatan sepatu kulit asli. Kapasitas produksi sampai saat ini mencapai 22.000 pasang sepatu kulit dengan jumlah tenaga kerja mencapai 28 orang. Usaha sepatu kulit rumahan ini telah memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar maupun pendatang yang memiliki keahlian membuat sepatu dan menggambar pola untuk mendapatkan penghasilan dan menjadi lebih baik. Dengan bermodal ketrampilan dan sembilan belas unit mesin yang digunakan untuk memproduksi sepatu kulit tersebut dapat menghasilkan laba diatas dua ratus juta setiap tahunnya.

#### 3.2.2.1. Produk UKM Sepatu Kulit

Secara garis besar produk sepatu kulit ini merupakan sepatu yang umumnya merupakan sepatu kerja pria dan wanita. Berbagai model dari sepatu disediakan sesuai dengan permintaan pasar dan mode yang sedang trend di pasaran. Dalam sebulan biasanya UKM sepatu kulit milik Bapak Mahyudi dapat membuat 35 model sepatu kulit dengan ukuran 38-44 untuk pria dan 36-40 untuk wanita. Bahan baku utama yang digunakan yaitu kulit sapi asli. Sumber daya manusia yang digunakan berjumlah 28 orang yang terdiri dari perajin, bagian *finishing* dan kuli antar. Untuk mesin-mesin yang digunakan berjumlah 19 unit yang terdiri dari mesin jahit, mesin *press*, mesin *ponds*, mesin sisip, mesin grinda, mesin *emboss* dan mesin semprot. Pemasaran produk ini melalui pesanan

pengecer maupun dimasukkan ke agen-agen grosir di wilayah Tanah abang maupun pembeli yang datang langsung ke gerai. Setiap bulannya pesanan sepatu kulit dapat dipenuhi hingga 1900 pasang sepatu dengan upah yang diberikan setiap pasang sepatu yang dihasilkan. Sehingga jam kerja di UKM ini tidak terkait dengan waktu dan kehadiran kerja. Berikut merupakan contoh produk yang dihasilkan dan data UKM sepatu kulit asli pada Gambar 3.4 dan Tabel 3.3.



**Gambar 3.4** Contoh Sepatu Kulit Asli Produk UKM Sepatu

**Tabel 3.3** Data UKM Sepatu Kuli Asli

No	Bahan Baku	Tenaga Kerja	Mesin
1	Kulit asli	Perajin	Mesin jahit
2	Texon (alas bawah)	Bagian finishing	Mesin press
3	Sol (karet, fiber)	Kuli antar	Mesin ponds
4	Puring		Mesin sisip
5	Lapis samping		Mesin grinda
6	Besi tamsin		Mesin emboss
7			Mesin semprot
<b>Total</b>	<b>Puluhan ribu meter</b>	<b>28 orang</b>	<b>19 unit</b>

### 3.2.3. UKM Boneka

UKM ini berlokasi di daerah Narogong, Bekasi. UKM milik Bapak Handoko telah berdiri kurang lebih selama 7 tahun dan bergerak dibidang pembuatan maina anak yaitu boneka isi. Kapasitas produksi sampai saat ini mencapai 420.000 unit boneka ukuran sedang dan besar dengan jumlah tenaga kerja mencapai 105 orang. Usaha boneka isi rumahan ini telah memberikan lapangan pekerjaan bagi warga disekitar narogong untuk mendapatkan penghasilan dan menjadi lebih baik. Dengan bermodal ketrampilan dan lima puluh lima unit mesin yang digunakan untuk memproduksi boneka tersebut dapat menghasilkan laba diatas lima ratus juta setiap tahunnya.

#### 3.2.3.1.. Produk UKM Boneka

Secara garis besar produk boneka isi ini merupakan jenis boneka yang biasa kita lihat marak diperdagangkan di berbagai tempat. Jenis dan model boneka yang dibuat biasanya disesuaikan dengan permintaan pasar dan trend di pasaran. Dalam sebulan biasanya UKM boneka milik Bapak Handoko dapat membuat 40.000 boneka anak menyerupai binatang atau tokoh-tokoh kartun dengan ukuran tigapuluh centimeter sampai ukuran satu meter. Bahan baku utama yang digunakan yaitu sovonel, hifile, velboa. Sumber daya manusia yang digunakan berjumlah 105 orang yang terdiri dari perajin, bagian bordir dan kuli antar. Untuk mesin-mesin yang digunakan berjumlah 55 unit yang terdiri dari mesin jahit, mesin bordir komputer dan mesin potong. Pemasaran produk ini melalui pesanan pengecer maupun dimasukkan ke agen-agen grosir dari berbagai

wilayah. Berikut merupakan contoh produk yang dihasilkan dan data UKM konveksi pada Gambar 3.5 dan Tabel 3.4.



**Gambar 3.5** Contoh Boneka Isi produk UKM Boneka

**Tabel 3.4** Data UKM Boneka Isi

No	Bahan Baku	Tenaga Kerja	Mesin
1	Sovonel	Perajin	Mesin jahit
2	Hifile	Bordir	Mesin bordir komputer
3	Nylex	Kuli antar	Mesin potong
4	Velboa		
5	Rasfur		
6	Yelvo		
7	Polyesterfiber		
<b>Total</b>	<b>Ratusan ribu yard</b>	<b>105 orang</b>	<b>55 unit</b>

### 3.3. Data Karakteristik Struktur Biaya Produk Studi

#### 3.3.1. Karakteristik Struktur Biaya UKM Pakaian Anak Perempuan

Untuk karakteristik struktur biaya, kita memerlukan pengumpulan informasi biaya produksi dan total komoditi yang diproduksi. Berikut merupakan input dari data yang dibutuhkan yang dapat dilihat pada Tabel 3.5 dan Tabel 3.6.

**Tabel 3.5** Input Biaya Produksi UKM Pakaian Anak Perempuan

No	Jenis Biaya	Input-input biaya
1	Biaya Bahan Baku	Katun Berukat Silk Saten Poliester
2	Biaya Tenaga Kerja	Kuli jahit Kuli potong Kuli obras Kuli antar Bagian finishing Pembinaan
3	Biaya Overhead	Bordiran Karet Benang jahit Benang obras Benang neci Ring Plastik Jarum 1 Jarum 2 PBB Telepon & Listrik Perawatan mesin

**Tabel 3.6** Total Biaya Produksi dan Jumlah Produksi Barang UKM  
Pakaian anak

Biaya produksi Pakaian	TC	Q
2006	IDR 1,031,312,000	90,000
2007	IDR 1,033,902,000	90,200
2008	IDR 1,083,704,000	92,400
2009	IDR 1,056,314,000	91,200

### 3.3.2. Karakteristik Struktur Biaya UKM Sepatu Kulit Asli

Untuk karakteristik struktur biaya, kita memerlukan pengumpulan informasi biaya produksi dan total komoditi yang diproduksi. Berikut merupakan input dari data yang dibutuhkan yang dapat dilihat pada Tabel 3.7 dan Tabel 3.8.

**Tabel 3.7** Input Biaya Produksi UKM Sepatu Kulit Asli

No	Jenis Biaya	Input-input biaya
1	Biaya Bahan Baku	Kulit asli Texon (alas bawah) Sol (karet, fiber) Puring Lapis sampung Besi tamsin
2	Biaya Tenaga Kerja	Pengrajin Bagian finishing Kuli antar
3	Biaya Overhead	Benang Lem Pola (cetakan) Paku Karet Mata ayam Lem tempel Merek Cat kulit (NF) Resleting Kotak dan bungkus Listrik & Telepon Pajak PBB Perawatan mesin

**Tabel 3.8** Total Biaya Produksi dan Jumlah Produksi Barang UKM Sepatu Kulit Asli

Biaya produksi Sepatu	TC	Q
2006	IDR 1,881,596,000	21,200
2007	IDR 2,008,424,000	22,500
2008	IDR 1,977,519,000	22,250
2009	IDR 1,869,263,000	21,000

### 3.3.3. Karakteristik Struktur Biaya UKM Boneka Isi

Untuk karakteristik struktur biaya, kita memerlukan pengumpulan informasi biaya produksi dan total komoditi yang diproduksi. Berikut merupakan input dari data yang dibutuhkan yang dapat dilihat pada Tabel 3.9 dan Tabel 3.10.

**Tabel 3.9** Input Biaya Produksi UKM Boneka Isi

No	Jenis Biaya	Input-input biaya
1	Biaya Bahan Baku	Sovonel Hifile Nylex Velboa Rasfur Yelvo Polyesterfiber
2	Biaya Tenaga Kerja	Pengrajin Bordir Kuli antar
3	Biaya Overhead	Mata Hidung Benang jahit Bordir Aksesoris Benang wool Listrik&Telepon Bunga PBB Pajak Perawatan mesin Biaya alat

**Tabel 3.10** Total Biaya Produksi dan Jumlah Produksi Barang UKM  
Boneka Isi

Biaya produksi Boneka	TC	Q
2006	IDR 11,010,650,000	400,000
2007	IDR 11,583,525,000	420,000
2008	IDR 12,061,200,000	440,000
2009	IDR 11,448,550,000	420,000

### 3.4. Data Tarif Bea Masuk dan Pajak

Tarif bea masuk biasanya dikenakan kepada barang impor yang masuk ke Indonesia. Besaran pungutannya berbeda-beda tergantung jenis barang dan pengklasifikasiannya. Indonesia menggunakan Harmonized System untuk pengklasifikasian barang. Pada perdagangan bebas, besarnya pengenaan tarif dikurangi ataupun dihapuskan sehingga harga barang yang masuk tidak dikenakan tambahan biaya.

#### 3.4.1. Bea Masuk

Bea masuk merupakan sejumlah biaya yang dikenakan untuk barang impor yang masuk ke wilayah Indonesia. Besaran bea masuk atau tarif ini telah diatur oleh Dirjen Bea dan Cukai bagian Tarif dan Harga. Barang pertama kali masuk memiliki harga CIF. CIF merupakan akronim dari *Cost* (biaya), *Insurance* (asuransi) dan *Freight* (biaya kirim). Pengenaan bea masuk dilihat dari besarnya CIF yang akan dikalikan dengan persentase tarif untuk barang tersebut. Berikut merupakan perhitungan pengenaan bea masuk:  $[CIF \times \text{tarif}]$  (dimulai dari 5%, 10%, dst dalam BTBMI).

#### 3.4.2. Pajak

Pajak yang biasa dikenakan untuk barang impor adalah pajak pertambahan nilai dan pajak penghasilan yang dikenakan untuk importir. Untuk pajak pertambahan nilai dihitung dari nilai barang yang ditambah dengan besarnya bea masuk dan dikalikan dengan 10%.  $[(CIF + \text{bea masuk}) \times 10\%]$

Sedangkan untuk pajak penghasilan besarnya dapat berbeda-beda tergantung dari importirnya. Apabila importir barang tersebut sudah terdaftar dan memiliki Angka Pengenal Importir (API) maka besarnya pph adalah 2,5%, namun



apabila belum terdaftar akan dikenakan 7,5%. Dari pengumpulan data didapatkanlah besaran tarif dan pajak yang dikenakan untuk ketiga produk yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.11.

**Tabel 3.11** Data Tarif Bea Masuk dan Pajak untuk Tahun 2010

No	Produk	Kode HS	Bea Masuk		Pajak	
			Tarif Umum	Tarif Cina	ppn	pph
1	Alas kaki dari kulit	6404.20.00.00	20%	15%	10%	2.5%
2	Pakaian anak perempuan	6206.30.00.00	15%	15%	10%	2.5%
3	Stuffed toy (Boneka isi)	9502.00.60.00	15%	15%	10%	2.5%

### 3.5. Perihal Kepuasan Konsumen

Untuk mengukur kualitas ketiga produk UKM serta kepuasan pelanggan maka dibuatlah kuesioner sebagai suatu media yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dari para konsumen. Seperti kita ketahui, tujuan dari kuesioner adalah mendapatkan informasi untuk mengetahui perbedaan kualitas produk Indonesia dan produk Cina yang dilihat dari tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut yang telah diberikan.

#### 3.5.1. Penentuan Atribut Produk

Informasi mengenai atribut produk yang meliputi tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari konsumen akan digunakan dalam membuat diagram *importance-performance*. Berdasarkan studi literatur, informasi dari lembaga pengujian produk serta berbagai sumber lain dapat dirangkum atribut-atribut produk meliputi harga dan unsur-unsur kualitas. Hal itu menjadi sumber pertanyaan yang akan ditanyakan kepada konsumen dalam kuesioner yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk pakaian anak perempuan, terdiri dari:

Umum :

- a) Usia
- b) Jenis kelamin
- c) Lokasi

Pertanyaan :

- |                       |  |                                 |
|-----------------------|--|---------------------------------|
| a) Harga              | b) Kerapihan jahitan                   | c) Pilihan warna                |
| d) Daya serap bahan   | e) Kesesuaian ukuran                   | f) Ketersediaan ukuran          |
| g) Model              | h) Merek                               | i) Informasi baju (label)       |
| j) Aksesoris tambahan | k) Kelembutan bahan                    | l) Kelenturan bahan             |
| m) Tekstur bahan      | n) Tidak luntur pada pencucian pertama | o) Tidak ciut setelah pencucian |
| p) Tahan kusut        | q) Tidak luntur pada keringat          | r) Kerapatan bahan              |
| s) Motif bahan        |  |                                 |

2. Untuk sepatu kulit asli, terdiri dari:

Umum :

- a) Usia
- b) Jenis kelamin
- c) Lokasi

Pertanyaan :

- |                 |                               |                         |
|-----------------|-------------------------------|-------------------------|
| a) Harga        | b) Ketersediaan ukuran sepatu | c) Pilihan warna        |
| d) Model        | e) Kenyamanan saat dipakai    | f) Keringanan bahan sol |
| g) Kekuatan lem | h) Merek                      | i) Kerapihan jahitan    |
| j) Anti slip    | k) Ketebalan sol              | l) Kelenturan bahan     |

3. Untuk boneka isi, terdiri dari:

Umum :

- a) Usia
- b) Jenis kelamin
- c) Lokasi

Pertanyaan :

- |                                |                                       |                             |
|--------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|
| a) Harga                       | b) Jenis bahan                        | c) Ketebalan/kerapatan bulu |
| d) Pilihan warna               | e) Model                              | f) Bahan pengisi boneka     |
| g) Ketersediaan pilihan ukuran | h) Kemiripan boneka dengan figur asli | i) Kerapihan jahitan        |
| j) Bulu tidak rontok           |                                       |                             |

### 3.5.2. Penyusunan Kuesioner

Setelah menentukan tema dari pertanyaan yang perlu untuk ditanyakan kepada konsumen dari ketiga produk, selanjutnya dibuat pertanyaan dengan jawaban tertutup dengan pilihan yang ada. Untuk mendapatkan informasi sesuai dengan tujuan penelitian, maka sebaiknya pelanggan mudah untuk mengerti maksud dari pertanyaan kuesioner, dan pertanyaan dari kuesioner mudah untuk dimengerti<sup>22</sup>. Dari setiap bagian pertanyaan akan diberikan kolom pengisian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kedua produk dari Indonesia dan Cina. Bentuk pertanyaan adalah pertanyaan dengan dengan skala yang dipakai adalah skala *likert*. Skala *likert* yang dipakai dibagi menjadi lima tingkat dengan nilai satu hingga lima dengan pengertian nilai satu adalah sangat tidak penting, nilai dua adalah tidak penting, nilai tiga adalah cukup penting, nilai empat adalah penting, dan nilai lima adalah sangat penting. Untuk pertanyaan tingkat kepuasan skala likert yang digunakan juga memiliki bobot yang sama.

Berikut ini, penjelasan dari skala *likert* dan pertanyaan bagian kedua dan bagian ketiga pada Tabel 3.12.

**Tabel 3.12** Pendapat Pelanggan Terhadap Atribut Pelayanan

No	Pendapat Konsumen	Bobot	Pengertian
1	Tingkat Kepentingan	1	Tidak penting
		2	Kurang penting
		3	Cukup penting
		4	Penting
		5	Sangat penting
2	Tingkat Kepuasan	1	Tidak baik
		2	Kurang baik
		3	Cukup baik
		4	Baik
		5	Sangat baik

Setelah menentukan jenis pertanyaan dan bentuk pertanyaan maka siap untuk disebarakan sebagai *pilot test* dan penyebaran kuesioner final. Untuk melihat bentuk kuesioner secara lengkap dapat dilihat pada Lampiran 1.

<sup>22</sup> Carl McDaniel, *Marketing Research*, hal. 366.

### 3.6. Penyebaran Kuesioner Kepuasan Konsumen

Setelah mendapatkan perbaikan, masukan, dan persetujuan dari dosen pembimbing, maka kuesioner disebarakan untuk *pilot test*. Setelah kuesioner kembali, maka kuesioner awal tersebut dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas dari hasil kuesioner tersebut. Jika hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas ternyata hasil yang didapatkan baik, maka penyebaran kuesioner dilanjutkan kembali. Dan apabila hasilnya kurang baik, maka kuesioner diperbaiki sehingga uji kuesioner menghasilkan hasil uji yang baik hingga akhirnya penyebaran kuesioner dilanjutkan kembali.

#### 3.6.1. Penyebaran Kuesioner Awal

Peneliti melakukan penyebaran kuisisioner awal kepada responden di wilayah Jakarta, khususnya di wilayah pasar tanah abang dan pasar gembrong. Penyebaran kuisisioner dilakukan selama 12 hari dimulai sejak tanggal 20 April 2010 sampai dengan tanggal 1 Mei 2010. Penyebaran kuesioner dilakukan terutama kepada orang-orang atau responden yang pernah menggunakan atau merasakan langsung ketiga produk. Kadang kala proses pengisian dilakukan dengan penilaian produk secara langsung. Kuesioner pendahuluan dibagikan untuk dijadikan tes pendahuluan untuk dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas.

#### 3.6.2. Pengujian Kuesioner

##### 3.6.2.1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi dari nilai yang didapatkan oleh seseorang ketika orang tersebut diberikan alat tes yang sama pada kesempatan yang berbeda, atau dengan berbagai set dari item yang ekuivalen, atau berada dibawah pengaruh kondisi pemeriksaan lainnya<sup>23</sup>. Reliabilitas juga berarti pengujian yang berhubungan dengan konsistensi, keakuratan, dan kemampuan prediksi dari hasil penelitian<sup>24</sup>. Konsep reliabilitas dipakai untuk menguji konsistensi dari alat tes. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur tersebut stabil sehingga dapat diandalkan (*dependability*), dan

<sup>23</sup> Anne Anastasi et. al., *Op.Cit.*, hal. 91-100.

<sup>24</sup> Thomas C. Kinnear and James R. Taylor, *Marketing Research, An Applied Approach: Fourth Edition*, 1991,hal. 232.

dapat digunakan untuk memprediksi (*predictability*)<sup>25</sup>. Pengujian reliabilitas mengacu pada bagaimana proses pengukuran bebas dari *random errors*. Melakukan evaluasi dalam uji reliabilitas terhadap berbagai instrumen terdiri atas penentuan berapa besar variasi yang terjadi yang menunjukkan ketidakkonsistenan pengukuran.

### 3.6.2.2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Validitas suatu instrumen didasarkan pada korelasi yang terdapat antar variabel dan akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran<sup>26</sup>. Pengukuran validitas mengacu pada tidak terjadinya baik *systematic error* maupun *random error*. Cara utama dalam pengukuran validitas terdiri dari<sup>27</sup>:

- *Construct Validity*  
Meliputi analisis rasional terhadap isi tes atau angket yang penilaiannya didasarkan pada pertimbangan subyektif individual dengan mempertimbangkan baik teori maupun instrumen pengukur itu sendiri.
- *Content Validity*  
Merupakan uji validitas yang menggunakan penilaian dari ahli sebagai pernyataan tepatnya suatu pengukuran.
- *Concurrent Validity*  
Berupa pengkorelasiian dua pengukuran yang berbeda namun dilakukan dalam fenomena reset yang sama, dan pengumpulan data dilakukan pada waktu yang sama.
- *Predictive Validity*  
Meliputi kemampuan dalam mengukur fenomena riset pada suatu poin, untuk dapat memprediksi fenomena marketing yang lain pada

<sup>25</sup> R.Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2005, hal. 89.

<sup>26</sup> R.Gunawan Sudarmanto, *Op. Cit.*, hal. 77

<sup>27</sup> Thomas C. Kinnear and James R. Taylor, *Marketing Research, An Applied Approach: Fourth Edition*, 1991, hal. 234

masa yang akan datang (sesudah pengukuran yang pertama).

### 3.6.3. Pengujian Kuesioner Awal

Setelah mendapatkan hasil penyebaran kuesioner awal dari *pilot test*, maka dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas. Pengujian reliabilitas secara kuantitatif dilakukan dengan pendekatan reliabilitas konsistensi internal yaitu dengan metode *alpha cronbach*. Dengan metode *alpha cronbach* ini, kita dapat memperkirakan hubungan atau korelasi antar butir pertanyaan yang ada dalam kuisisioner sebagai instrumen pada penelitian ini. Suatu penelitian dianggap *reliable* jika memiliki nilai *alpha cronbach* lebih dari 0,6. Sedangkan untuk pengujian validitas menggunakan nilai probabilitas korelasi [sig.(2-tailed), dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0.05. Sehingga data dinyatakan valid apabila nilai probabilitas korelasinya dibawah 0.05. Untuk menghitung nilai *alpha cronbach* dan nilai probabilitas korelasi, digunakan *software* SPSS 16.

Langkah-langkah penghitungan *alpha cronbach* dengan SPSS 16 adalah sebagai berikut:

1. Memasukkan data tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen hasil dari luar program SPSS ke dalam program SPSS. Peneliti memasukkan data dari program Excel ke dalam kolom *data view*. Kemudian beri label pada *variabel view* untuk semua kolom data pertanyaan.
2. Menampilkan hasil pengujian validitas menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:
  - Pilih **Analyze**, pilih **Scale**, pilih **Reliability analysis**
  - Setelah keluar *dialog box*, blok semua item kecuali total x dan pindahkan ke kotak items dengan tanda panah.
  - Pada menu model pilih *alpha* lalu tekan tombol OK. Maka akan keluar hasil *alpha cronbach*.

Sedangkan langkah-langkah perhitungan nilai probabilitas korelasi dengan SPSS 16 adalah sebagai berikut:

1. Memasukkan data tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen hasil dari luar program SPSS ke dalam program SPSS. Peneliti memasukkan data dari program Excel ke dalam kolom

*data view*. Kemudian beri label pada *variabel view* untuk semua kolom data pertanyaan.

2. Menampilkan hasil pengujian validitas menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:
  - Pilih *Analyze*, pilih *Correlate*, pilih *Bivariate*
  - Setelah keluar *dialog box*, blok semua item dan pindahkan ke kotak items dengan tanda panah.
  - Pada menu test of *significance* pilih *two-tailed* lalu tekan tombol OK. Maka akan keluar nilai probabilitas korelasinya.

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dan validitas dari 46 kuesioner awal untuk pakaian anak perempuan, 32 kuesioner awal untuk sepatu kulit dan 30 kuesioner awal untuk boneka isi yang dihitung dengan software SPSS 16 untuk ketiga produk pada Tabel 3.13, Tabel 3.14 dan Tabel 3.15.

**Tabel 3.13** Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Awal untuk Pakaian Anak Perempuan

Name	Cronbach's Alpha
Tingkat Kepentingan	0.917
Tingkat Kepuasan Indonesia	0.872
Tingkat Kepuasan Cina	0.867

**Tabel 3.14** Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Awal untuk Sepatu Kulit Asli

Name	Cronbach's Alpha
Tingkat Kepentingan	0.687
Tingkat Kepuasan Indonesia	0.705
Tingkat Kepuasan Cina	0.818

**Tabel 3.15** Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Awal untuk Boneka Isi

Name	Cronbach's Alpha
Tingkat Kepentingan	0.728
Tingkat Kepuasan Indonesia	0.813
Tingkat Kepuasan Cina	0.723

Berdasarkan perhitungan diatas, nilai *alpha cronbach* untuk ketiga produk di tiap uji tingkat kepentingan dan kepuasan uji tingkat kepuasan memiliki nilai lebih besar dari 0.6. Artinya alat tes yang digunakan berupa kuesioner dengan atribut-atribut kualitas dalam penilaian produk terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang menjadi pertanyaan dalam kuesioner ini sudah *reliable*. *Reliable* berarti tingkat konsistensi, keakuratan dan daya prediksi kuesioner yang baik. Sedangkan hasil untuk pengujian validitas terhadap isi kuesioner didapatkan hasil tiap item untuk ketiga tingkat kepentingan dan kepuasan berada dibawah 0.05, dalam hal ini semua variabel kuesioner penelitian dianggap **valid** untuk digunakan mendapatkan data primer untuk penelitian.

#### 3.6.4. Penyebaran Kuesioner Final

Sesudah hasil dari pengujian *pilot test* kuesioner menunjukkan bahwa kuesioner konsisten dan valid untuk mengetahui kepuasan konsumen, maka kuesioner kembali disebarakan seperti penyebaran kuesioner awal. Penyebaran kembali dilakukan kepada responden di wilayah Jakarta, khususnya di wilayah pasar tanah abang dan pasar gembong. Penyebaran kuesioner dilakukan selama duapuluh tujuh hari dari tanggal 5 Mei s.d. 31 Mei 2010.

Setelah dua puluh tujuh hari penyebaran kuesioner, jumlah kuesioner yang terkumpul adalah sebanyak 149 buah kuesioner untuk pakaian anak perempuan, 126 buah untuk sepatu kulit asli dan 117 buah untuk boneka isi termasuk kuesioner penyebaran awal dari total 150 kuesioner yang disebarakan untuk masing-masing produk.



### 3.6.5. Pengujian Kuesioner Final

Untuk lebih meyakinkan bahwa pengujian validitas dan reliabilitas pada penyebaran kuesioner awal, maka dilakukan sekali lagi uji validitas dan uji reliabilitas terhadap hasil keseluruhan kuesioner untuk mendapat validitas dan reliabilitas data. Berikut ini adalah hasil pengujian dengan untuk 149, 126 dan 117 buah kuesioner akhir pada Tabel 3.16, Tabel 3.17 dan Tabel 3.18.

**Tabel 3.16** Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Akhir untuk Pakaian Anak Perempuan

Name	Cronbach's Alpha
Tingkat Kepentingan	0.888
Tingkat Kepuasan Indonesia	0.825
Tingkat Kepuasan Cina	0.819

**Tabel 3.17** Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Akhir untuk Sepatu Kulit Asli

Name	Cronbach's Alpha
Tingkat Kepentingan	0.778
Tingkat Kepuasan Indonesia	0.724
Tingkat Kepuasan Cina	0.768

**Tabel 3.18** Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Akhir untuk Boneka Isi

Name	Cronbach's Alpha
Tingkat Kepentingan	0.712
Tingkat Kepuasan Indonesia	0.812
Tingkat Kepuasan Cina	0.645

Berdasarkan perhitungan diatas, nilai *alpha cronbach* untuk ketiga produk di tiap uji tingkat kepentingan dan kepuasan uji tingkat kepuasan memiliki nilai lebih besar dari 0.6 ,yang merupakan nilai minimum *alpha* dalam suatu penelitian. Artinya alat tes yang digunakan, yaitu atribut-atribut dalam kuisisioner ini cukup reliable dan valid dikarenakan nilai probabilitas korelasinya pun dibawah 0.05 yang merupakan batas signifikan.

### 3.7. Pengolahan Data Secara Umum

#### 3.7.1. Karakteristik Responden

Dari pengolahan data kuesioner, diperoleh informasi mengenai karakteristik responden secara umum. Berikut ini adalah tabel persebaran data umum responden dari 392 responden yang mengisi kuesioner.

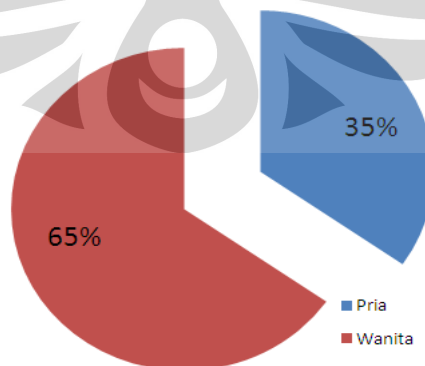
##### 1. Jenis Kelamin

Dari diagram lingkaran jenis kelamin responden dapat dilihat bahwa responden yang mengisi kuesioner didominasi oleh wanita. Hal ini dikarenakan wanita lebih berperan penting dalam pembelanjaan barang dan pergi ke pasar seperti tanah abang maupun pasar gembong.

**Tabel 3.19** Persebaran Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Pria	136
Wanita	256

**Perbandingan Jenis Kelamin**



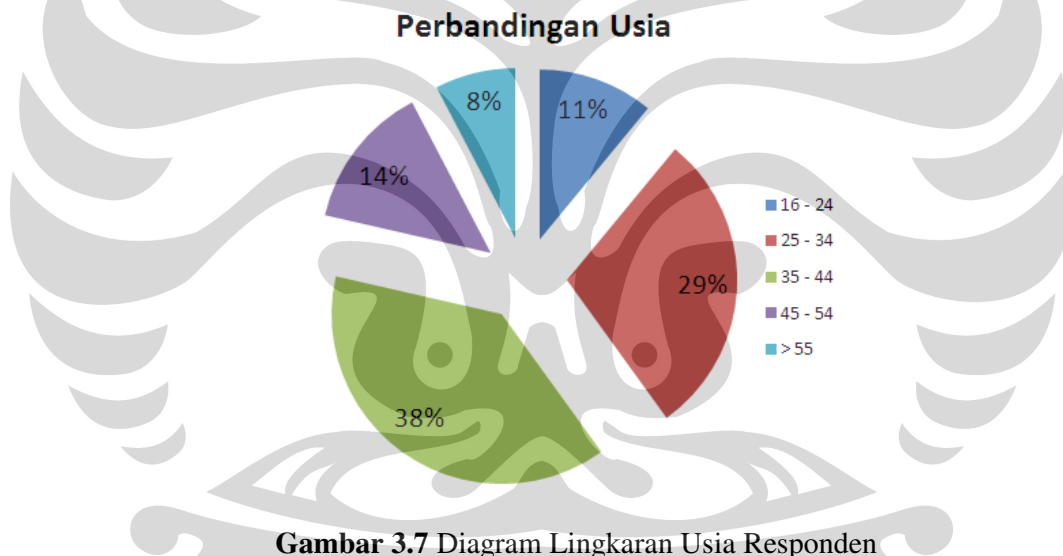
**Gambar 3.6** Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden

## 2. Usia

Dari diagram lingkaran usia responden, dapat dilihat bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah responden berusia 35 hingga 44 tahun. Sedangkan jumlah responden yang paling kecil adalah berusia > 55 tahun.

**Tabel 3.20** Persebaran Usia Responden

Usia	Jumlah Responden
16 - 24 tahun	43
25 - 34 tahun	114
35 - 44 tahun	151
45 - 54 tahun	54
55 tahun lebih	30



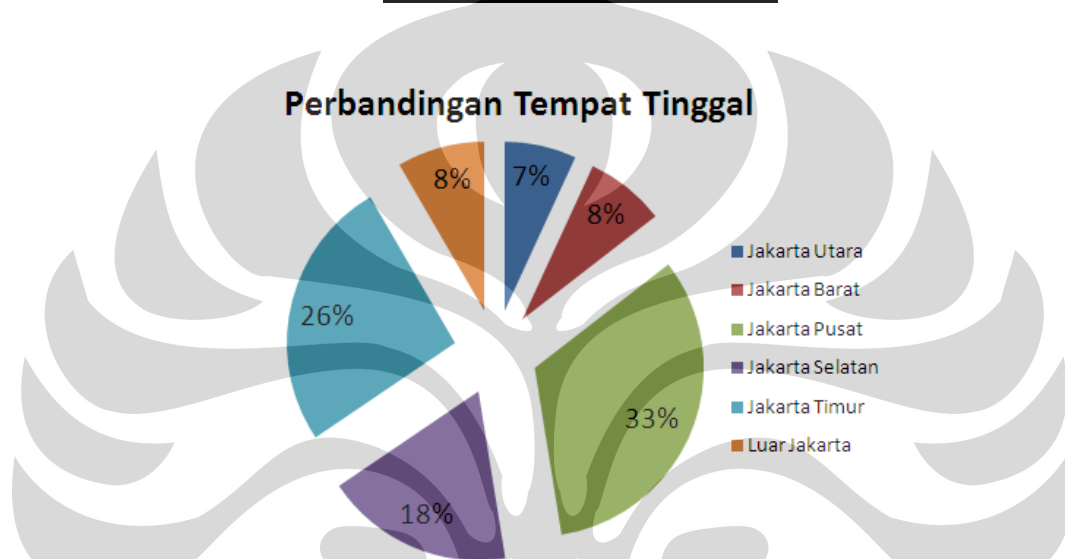
**Gambar 3.7** Diagram Lingkaran Usia Responden

## 3. Alamat Tempat Tinggal

Dari diagram lingkaran tempat tinggal responden dapat dilihat bahwa jumlah responden yang paling banyak bertempat tinggal di Jakarta Timur dan Pusat. Hal tersebut dikarenakan penyebaran kuesioner lebih intensif pada wilayah tersebut yang merupakan lokasi Pasar Tanah Abang dan Pasar Gembong.

**Tabel 3.21** Persebaran Tempat Tinggal Responden

Tempat Tinggal	Jumlah Responden
Jakarta Utara	27
Jakarta Barat	30
Jakarta Pusat	129
Jakarta Selatan	71
Jakarta Timur	102
Luar Jakarta	33

**Gambar 3.8** Diagram Lingkaran Tempat Tinggal Responden

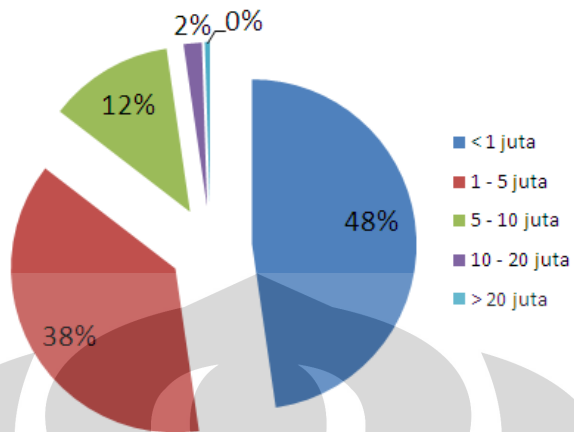
#### 4. Penghasilan Tiap Bulan

Dari diagram lingkaran penghasilan responden dapat dilihat bahwa tingkat pendapatan didominasi oleh responden berpenghasilan < 1 juta dan 1 – 5 juta rupiah, sedangkan responden yang berpenghasilan lebih dari 10 juta per bulan hanya sebagian kecil saja.

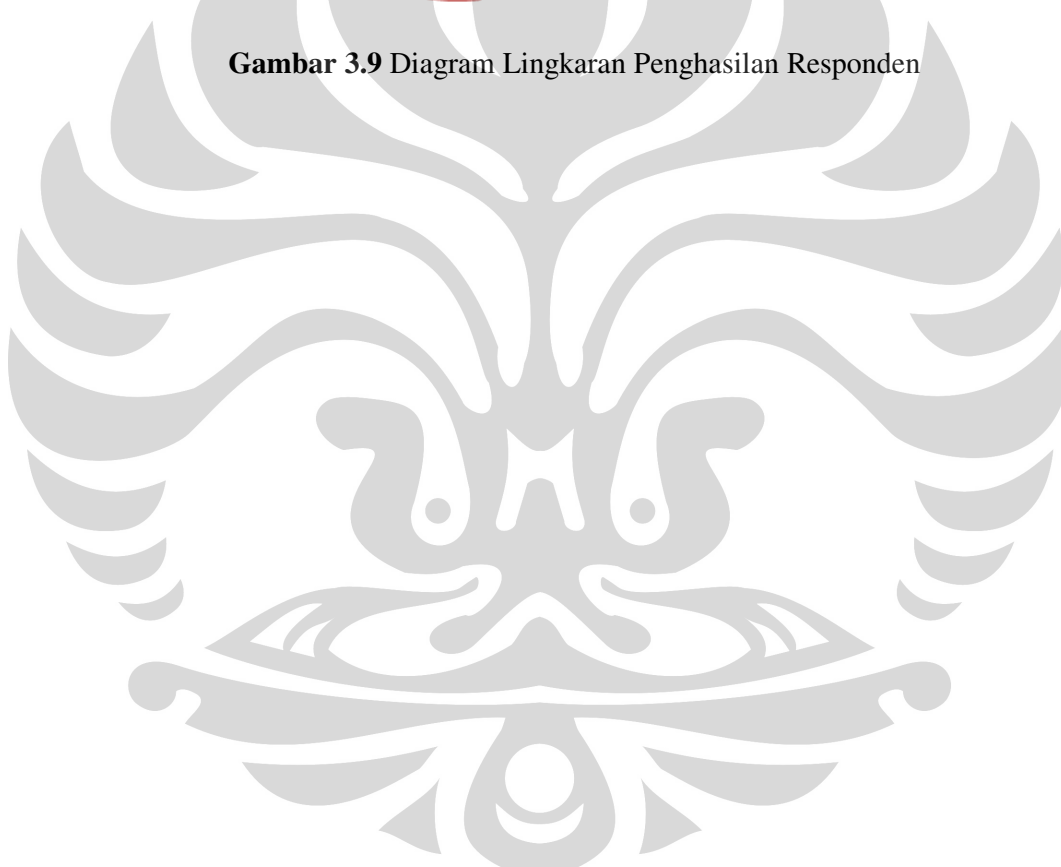
**Tabel 3.22** Persebaran Penghasilan Responden

Tingkat Penghasilan	Jumlah Responden
< 1 juta	187
1 - 5 juta	148
5 - 10 juta	48
10 - 20 juta	7
> 20 juta	2

### Tingkat Penghasilan per Bulan



**Gambar 3.9** Diagram Lingkaran Penghasilan Responden



## **BAB 4**

### **HASIL PERHITUNGAN DAN ANALISIS**

Pada bab ini akan diterangkan mengenai hasil perhitungan struktur biaya, harga dan kualitas yang didapatkan dari kuesioner. Selain itu hasil pengolahan dari data-data yang telah didapatkan akan dianalisis sehingga didapatkan perbandingan daya saing dari ketiga variabel beserta kemampuan ketiga produk yaitu pakaian anak perempuan, sepatu kulit asli dan boneka isi dalam menghasilkan devisa.

#### **4.1. Analisis Daya Saing Produk Indonesia dan Cina dari Karakteristik Struktur Biaya**

Analisis daya saing berdasarkan struktur biaya dilihat dari karakteristik biaya ketiga produk lokal yang akan dibandingkan dengan harga jual produk Cina yang masuk ke Indonesia. Struktur biaya dilihat dari biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi sebuah produk. Data yang didapatkan peneliti adalah data karakteristik struktur biaya selama empat tahun terakhir dimulai dari tahun 2006 sampai tahun 2009. Perhitungan struktur biaya dimulai dengan menghitung biaya total (TC), biaya total rata-rata (ATC) dan biaya marginal (MC). Pada perhitungan biaya total rata-rata kita akan melihat biaya minimum yang dikeluarkan untuk memproduksi sebuah produk.

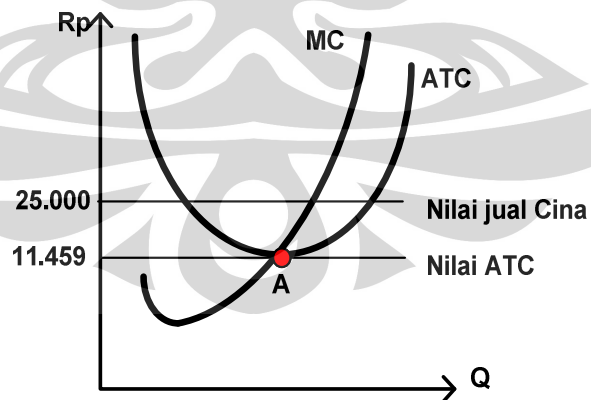
Biaya total rata-rata inilah yang nantinya akan dibandingkan dengan nilai jual untuk ketiga produk Cina. Apabila nilai ATC berada dibawah nilai jual produk Cina maka produsen, khususnya UKM dapat terhindar dari ancaman merugi dan masih dapat mendapatkan sejumlah keuntungan dan masih dapat bersaing, sedangkan bila nilai ATC diatas nilai CIF maka UKM tersebut dapat terancam merugi karena tidak dapat bersaing dari struktur biaya karena tidak dapat menjual produk dengan ongkos produksi rata-rata yang lebih rendah dari produk Cina. Satu kemungkinan lainnya bila ATC sama dengan nilai jual produk Cina maka usaha tersebut berada pada keadaan tidak untung dan tidak rugi karena biaya yang dikeluarkan sama dengan nilai jual sebuah barang.

#### 4.1.1. Perbandingan Struktur Biaya Pakaian Anak Perempuan Produksi Indonesia dan Cina

Berdasarkan hasil perhitungan biaya didapatkan perbandingan struktur biaya untuk pakaian anak perempuan produksi lokal berdasarkan biaya total rata-rata minimum dari empat tahun terakhir sebesar Rp. 11.459,02. Sedangkan nilai jual produk Cina yang sejenis dengan pakaian anak perempuan produksi UKM lokal adalah Rp. 25.000,00. Hal ini menunjukkan produk UKM lokal yang diteliti dapat bersaing dengan produk Cina dari segi biaya produksi. Berikut ini adalah perhitungan biaya untuk pakaian anak perempuan produksi Indonesia yang dapat dilihat pada Tabel 4.1. Untuk kondisi UKM yang dapat memperoleh laba dan dapat bersaing karena nilai ATC lebih rendah dari nilai jual produk Cina dapat dilihat pada Gambar 4.1.

**Tabel 4.1** Biaya Produksi Pakaian Anak Perempuan

Biaya produksi Pakaian	TC	Q	ATC	MC	Delta Q	Delta TC
2006	IDR 1,031,312,000	90,000	IDR 11,459.02	0	0	0
2007	IDR 1,033,902,000	90,200	IDR 11,462.33	IDR 12,950	200	IDR 2,590,000
2008	IDR 1,083,704,000	92,400	IDR 11,728.40	IDR 22,637.27	2,200	IDR 49,802,000
2009	IDR 1,056,314,000	91,200	IDR 11,582.39	IDR 22,825.00	1,200	IDR 27,390,000



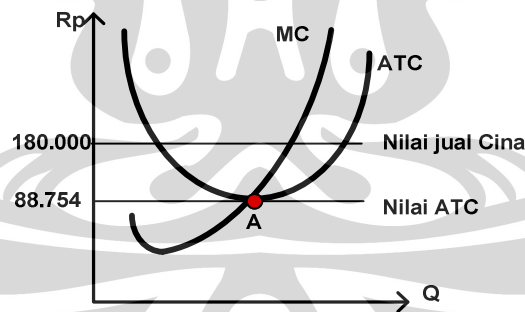
**Gambar 4.1** Kondisi UKM Pakaian Anak Perempuan

#### 4.1.2. Perbandingan Struktur Biaya Sepatu Kulit Asli Produksi Indonesia dan Cina

Berdasarkan hasil perhitungan biaya didapatkan perbandingan struktur biaya untuk sepatu kulit asli produksi lokal berdasarkan biaya total rata-rata minimum dari empat tahun terakhir sebesar Rp. 88.754,53. Sedangkan nilai jual produk Cina yang sejenis dengan sepatu kulit asli produksi UKM lokal adalah Rp. 180.000,00. Hal ini menunjukkan produk UKM lokal yang diteliti dapat bersaing dengan produk Cina dari segi biaya produksi. Berikut ini adalah perhitungan biaya untuk sepatu kulit asli produksi Indonesia yang dapat dilihat pada Tabel 4.2. Untuk kondisi UKM yang dapat memperoleh laba dan dapat bersaing karena nilai ATC lebih rendah dari nilai jual produk Cina dapat dilihat pada Gambar 4.2.

**Tabel 4.2** Biaya Produksi Sepatu Kulit Asli

Biaya produksi Sepatu	TC	Q	ATC	MC	Delta Q	Delta TC
2006	IDR 1,881,596,000	21,200	IDR 88,754.53	0	0	0
2007	IDR 2,008,424,000	22,500	IDR 89,263.29	IDR 97,560	1,300	IDR 126,828,000
2008	IDR 1,977,519,000	22,250	IDR 88,877.26	IDR 123,620.00	250	IDR 30,905,000
2009	IDR 1,869,263,000	21,000	IDR 89,012.52	IDR 86,604.80	1,250	IDR 108,256,000



**Gambar 4.2** Kondisi UKM Sepatu Kulit Asli

#### 4.1.3. Perbandingan Struktur Biaya Boneka Isi Produksi Indonesia dan Cina

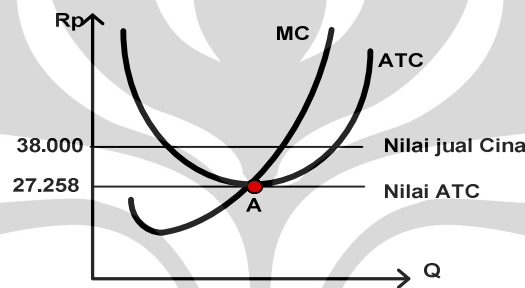
Berdasarkan hasil perhitungan biaya didapatkan perbandingan struktur biaya untuk boneka isi produksi lokal berdasarkan biaya total rata-rata minimum dari empat tahun terakhir sebesar Rp. 27.258,45. Sedangkan nilai jual produk Cina yang sejenis dengan boneka isi produksi UKM lokal adalah Rp. 38.000,00. Hal ini menunjukkan produk UKM lokal yang diteliti dapat bersaing dengan



produk Cina dari segi biaya produksi. Berikut ini adalah perhitungan biaya untuk boneka isi produksi Indonesia yang dapat dilihat pada Tabel 4.3. Untuk kondisi UKM yang dapat memperoleh laba dan dapat bersaing karena nilai ATC lebih rendah dari nilai jual produk Cina dapat dilihat pada Gambar 4.3.

**Tabel 4.3** Biaya Produksi Boneka Isi

Biaya produksi Boneka	TC	Q	ATC	MC	Delta Q	Delta TC
2006	IDR 11,010,650,000	400,000	IDR 27,526.63	0	0	0
2007	IDR 11,583,525,000	420,000	IDR 27,579.82	IDR 28,643.75	20,000	IDR 572,875,000
2008	IDR 12,061,200,000	440,000	IDR 27,411.82	IDR 23,883.75	20,000	IDR 477,675,000
2009	IDR 11,448,550,000	420,000	IDR 27,258.45	IDR 30,633	20,000	IDR 612,650,000



**Gambar 4.3** Kondisi UKM Boneka Isi

Untuk kondisi real UKM secara global yang mengalami kebangkrutan berdasarkan wawancara Antara News dengan Ketua Komisi Tetap UKM Kamar Dagang Indonesia, Sandiaga Uno, memperkirakan sekitar satu persen usaha mikro, kecil, dan menengah bangkrut akibat pemberlakuan perjanjian perdagangan bebas negara-negara ASEAN dengan China (ACFTA) terutama UKM yang berbasis metal dan besi, garmen, tekstil. Disisi lain pemberlakuan ACFTA juga menguntungkan bagi para pelaku UMKM karena menambahkan order permintaan dari Cina dan negara lain. Sampai dengan saat ini, pelaku UMKM di Indonesia mencapai 52 juta lebih.

#### **4.2. Analisis Daya Saing Produk Indonesia dan Cina dari Segi Harga Produk**

Analisis daya saing berdasarkan harga dilihat dari variasi rata-rata harga jual ketiga produk produksi Indonesia dan Cina dipasaran lokal. Peneliti melakukan survei pasar tradisional dan modern disejumlah tempat untuk melihat

variasi harga produk yang dijual di berbagai pasar tersebut untuk boneka isi ukuran sedang dan besar yang sejenis untuk kedua produk. Pada Tabel 4.4 dapat dilihat data rata-rata harga retail ketiga produk yang diteliti, ternyata produk Indonesia masih dapat bersaing dari segi harga jual rata-rata ketiga produk selama tarif bea masuk masih diberlakukan sebesar 15%. Namun apabila bea masuk untuk produk Cina ditiadakan dapat dilihat asumsinya pada Tabel 4.5, produk lokal terancam kalah bersaing dengan produk Cina dalam segi harga jual rata-rata. Akan tetapi hal ini masih dapat dicegah dengan penurunan harga yang dapat mengantisipasi penurunan harga jual selama harga jual yang ditetapkan diatas biaya minimum ATC. Hal ini dapat menyebabkan produsen mengalami pengurangan keuntungan.

**Tabel 4.4** Rataan Harga Retail Ketiga Produk

No	Produk	Rata-rata Harga INDONESIA	Rata-rata Harga CINA	Selisih
1	Sepatu kulit asli	167000	190000	23000
2	Pakaian anak perempuan	20250	30250	10000
3	Boneka	36250	38700	2450

**Tabel 4.5** Asumsi Rataan Harga Retail Ketiga Produk untuk Bea Masuk 0%

No	Produk	Rata-rata Harga INDONESIA	Rata-rata Harga CINA	Selisih
1	Sepatu kulit asli	171000	169800	-1200
2	Pakaian anak perempuan	20250	18900	-1350
3	Boneka	36250	36200	-50

### 4.3. Analisis Daya Saing Produk Indonesia dan Cina dari Segi Kualitas

Analisis daya saing berdasarkan kualitas produk dilihat dari kualitas menurut konsumen. Dalam kualitas produk menurut konsumen peneliti menggunakan kuesioner untuk membandingkan produk lokal dan produk yang berasal dari Cina yang nantinya akan dibuat diagram *importance performance analysis*.

#### 4.3.1. *Importance-Performance Analysis*

Dari data-data tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan, maka disusunlah diagram *importance-performance*. Diagram *importance-performance* dapat

menunjukkan posisi setiap atribut produk dengan membandingkan tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan. Dalam pembuatan diagram *importance-performance* untuk keseluruhan atribut, rata-rata tingkat kepuasan dan rata-rata tingkat kepentingan dari seluruh atribut merupakan sumbu pembatas empat kuadran. Sebagaimana telah diterangkan sebelumnya tiap kuadran dapat memberikan informasi mengenai atribut-atribut yang akan kita nilai. Keempat kuadran itu adalah kuadran I yang memiliki arti *concentrate here*, kuadran II yang memiliki arti *keep up the good work*, kuadran III yang memiliki arti *low priority*, dan kuadran IV yang memiliki arti *possible over kill*.

#### 4.3.1.1. Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan

Berikut ini adalah contoh ketiga produk produksi Indonesia dan Cina yang akan dibandingkan dapat dilihat pada Gambar 4.4, Gambar 4.5 dan Gambar 4.6. Selain itu Tabel 4.6, Tabel 4.7 dan Tabel 4.8 menunjukkan tabel rata-rata dan standar deviasi dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen ketiga produk yaitu pakaian anak perempuan, sepatu kulit asli, dan boneka isi terhadap seluruh atribut produk Indonesia dan Cina.

**Tabel 4.6** Tabel Rata-rata dan Standar Deviasi Sepatu Kulit Asli

Sepatu Kulit Asli		Tingkat Kepentingan		Tingkat Kepuasan Produk Indonesia		Tingkat Kepuasan Produk Cina	
		Rata-rata	Std. Deviasi	Rata-rata	Std. Deviasi	Rata-rata	Std. Deviasi
No	Atribut-atribut						
P1	Ketersediaan ukuran sepatu	4.16	0.79	3.44	0.69	3.37	0.71
P2	Harga	4.10	0.80	3.38	0.78	3.10	0.87
P3	Pilihan warna	4.29	0.85	3.32	0.89	3.29	0.78
P4	Model	4.04	0.82	3.32	0.85	3.46	0.95
P5	Kenyamanan saat dipakai	4.09	0.87	3.42	0.79	3.23	0.82
P6	Keringanan bahan sol	4.40	0.73	3.54	0.83	3.55	0.71
P7	Kekuatan lem	4.25	0.79	3.33	0.72	3.38	0.80
P8	Merek	4.43	0.73	3.25	0.81	3.28	0.81
P9	Kerapihan jahitan	4.26	0.79	3.37	0.84	3.29	0.79
P10	Anti slip	4.33	0.74	3.50	0.81	3.30	0.83
P11	Ketebalan sol	4.25	0.80	3.32	0.67	3.15	0.63
P12	Kelenturan bahan	4.26	0.83	3.29	0.75	3.25	0.79
<b>Rata-rata</b>		<b>4.24</b>		<b>3.37</b>		<b>3.30</b>	

**Tabel 4.7** Tabel Rata-rata dan Standar Deviasi Pakaian Anak Perempuan

Pakaian Anak Perempuan		Tingkat Kepentingan		Tingkat Kepuasan Produk Indonesia		Tingkat Kepuasan Produk Cina	
		Rata-rata	Std. Deviasi	Rata-rata	Std. Deviasi	Rata-rata	Std. Deviasi
No	Atribut-atribut						
P1	Harga	4.49	0.70	3.25	0.68	2.97	0.77
P2	Kerapihan jahitan	4.22	0.79	3.42	0.78	3.25	0.77
P3	Pilihan warna	3.98	1.12	3.21	0.84	2.96	0.90
P4	Daya serap bahan	4.23	0.87	3.30	0.90	3.32	0.94
P5	Kesesuaian ukuran	3.33	1.11	3.27	0.79	3.29	0.75
P6	Ketersediaan ukuran	4.26	0.85	3.60	0.80	3.19	0.98
P7	Model	3.62	1.04	3.16	0.73	3.40	0.80
P8	Merek	3.72	1.07	3.17	0.83	3.49	0.78
P9	Informasi baju (label)	4.24	0.87	3.23	0,86	3.30	0.89
P10	Aksesoris tambahan	4.33	0.76	3.24	0,82	3.44	0.89
P11	Kelembutan bahan	4.00	0.89	3.30	0.87	3.51	0.86
P12	Kelenturan bahan	3.91	0.86	3.31	0.74	3.26	0.69
P13	Tekstur bahan	4.16	0.77	3.15	0.81	3.23	0.77
P14	Tidak luntur pada pencucian pertama	4.32	0.71	3.13	0.85	3.15	0.79
P15	Tidak ciut setelah pencucian	4.19	0.80	3.12	0.88	3.15	0.84
P16	Tahan kusut	4.05	0.95	3.46	0.83	3.46	0.80
P17	Tidak luntur pada keringat	4.30	0.86	3.29	0.89	3.28	0.94
P18	Kerapatan bahan	4.15	0.72	3.46	0.70	3.40	0.74
P19	Motif bahan	4.51	0.66	3.08	0.81	3.36	0.95
<b>Rata-rata</b>		<b>4.11</b>		<b>3.27</b>		<b>3.28</b>	

**Tabel 4.8** Tabel Rata-rata dan Standar Deviasi Boneka Isi

Boneka Isi		Tingkat Kepentingan		Tingkat Kepuasan Produk Indonesia		Tingkat Kepuasan Produk Cina	
		Rata-rata	Std. Deviasi	Rata-rata	Std. Deviasi	Rata-rata	Std. Deviasi
No	Atribut-atribut						
P1	Jenis bahan	4.11	0.83	3.29	0.89	3.45	0.69
P2	Harga	4.27	0.78	3.17	0.88	3.41	0.65
P3	Ketebalan/kerapatan bulu	4.03	0.81	3.37	0.88	3.29	0.73
P4	Pilihan warna	4.19	0.76	3.38	0.79	3.12	0.78
P5	Model	3.92	0.97	3.39	0.72	3.31	0.80
P6	Bahan pengisi boneka	3.96	0.94	3.49	0.89	3.24	0.82
P7	Ketersediaan pilihan ukuran	4.09	0.89	3.47	0.68	3.26	0.78
P8	Kesesuaian boneka dengan figur asli	3.85	0.88	3.18	0.61	3.25	0.80
P9	Kerapihan jahitan	4.14	0.9	3.42	0.84	3.46	0.82
P10	Bulu tidak rontok	4.14	0.93	3.48	0.87	3.55	0.83
<b>Rata-rata</b>		<b>4.07</b>		<b>3.36</b>		<b>3.33</b>	

**CINA****INDONESIA**

**Gambar 4.4** Contoh Pakaian Anak Perempuan Produksi Indonesia dan Cina

## INDONESIA

## CINA

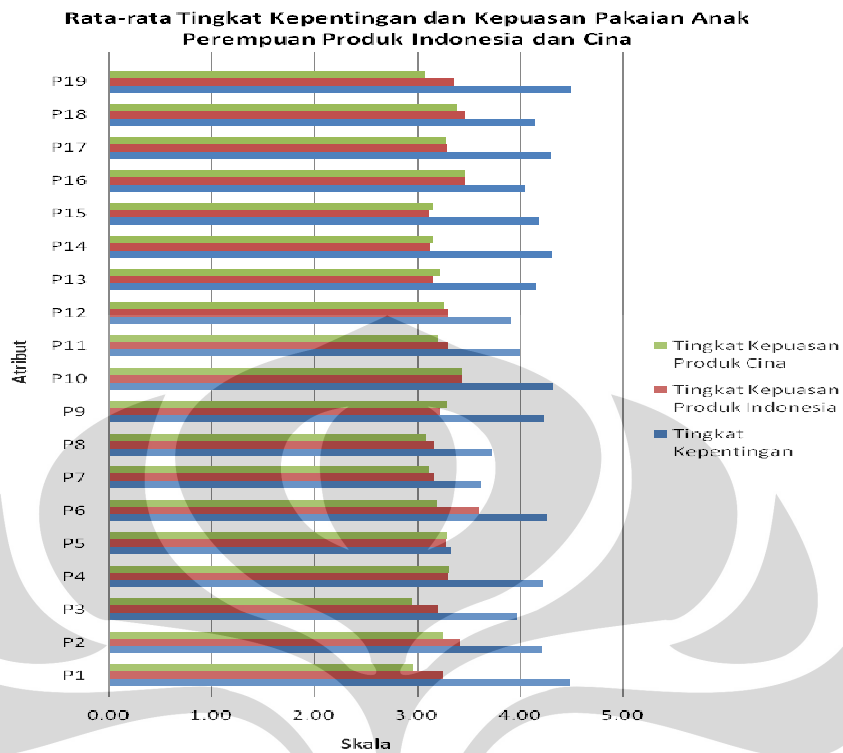


**Gambar 4.5** Contoh Sepatu Kulit Asli Produksi Indonesia dan Cina

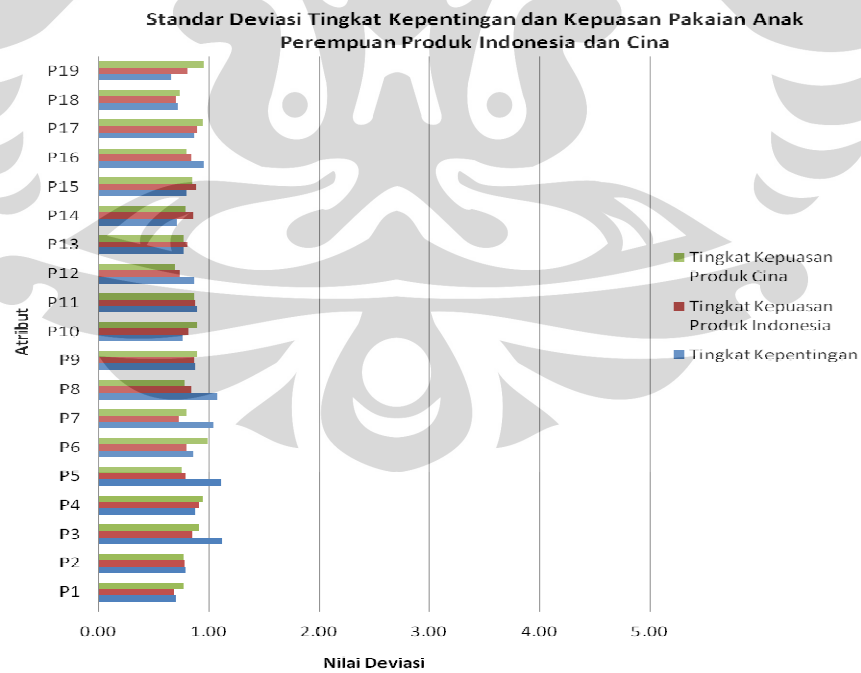
**INDONESIA****CINA**

**Gambar 4.6** Contoh Boneka Isi Produksi Indonesia dan Cina

Berikut ini adalah diagram batang dari data pada tabel rata-rata dan standar deviasi dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan untuk ketiga produk Indonesia dan Cina yang dapat dilihat pada Gambar 4.7 sampai Gambar 4.12.

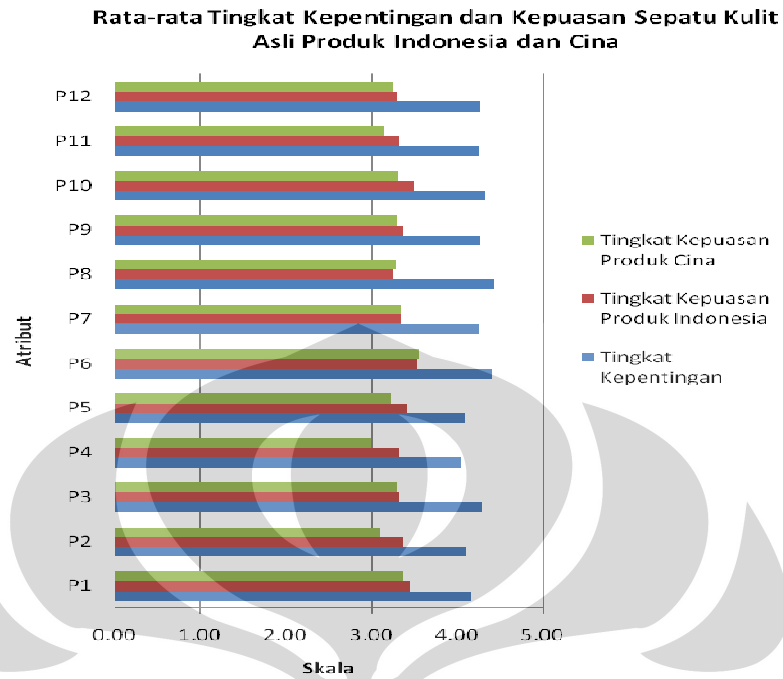


**Gambar 4.7** Diagram Batang Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Pakaian Anak Perempuan

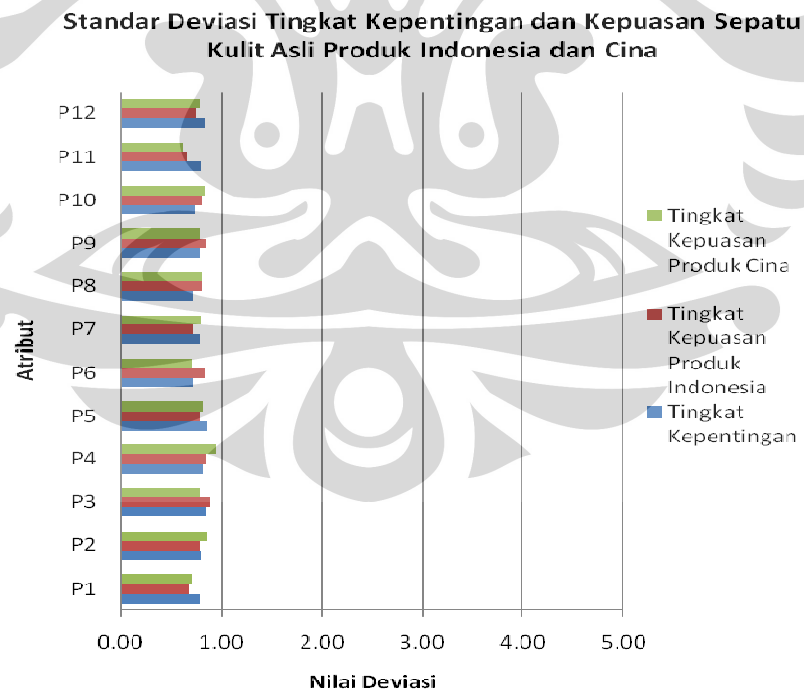


**Gambar 4.8** Diagram Batang Standar Deviasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Pakaian Anak Perempuan



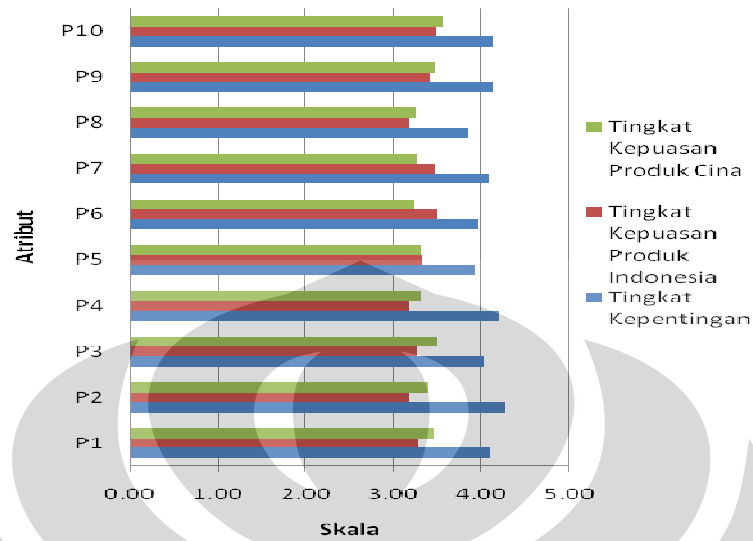


**Gambar 4.9** Diagram Batang Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Sepatu Kulit Asli



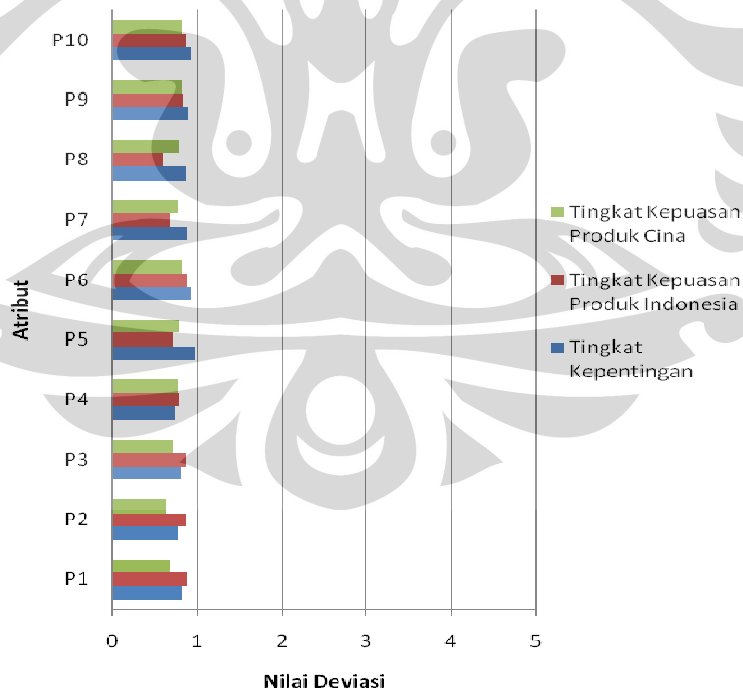
**Gambar 4.10** Diagram Batang Standar Deviasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Sepatu Kulit Asli

**Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Boneka Isi Produk Indonesia dan Cina**



**Gambar 4.11** Diagram Batang Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Boneka Isi

**Standar Deviasi Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Boneka Isi Produk Indonesia dan Cina**



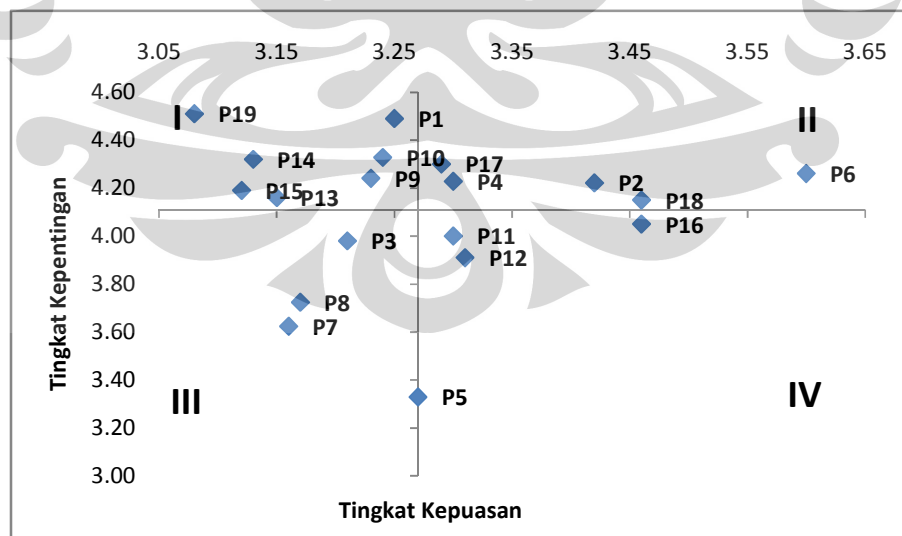
**Gambar 4.12** Diagram Batang Standar Deviasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Boneka Isi

#### 4.3.2. Importance Performance Diagram

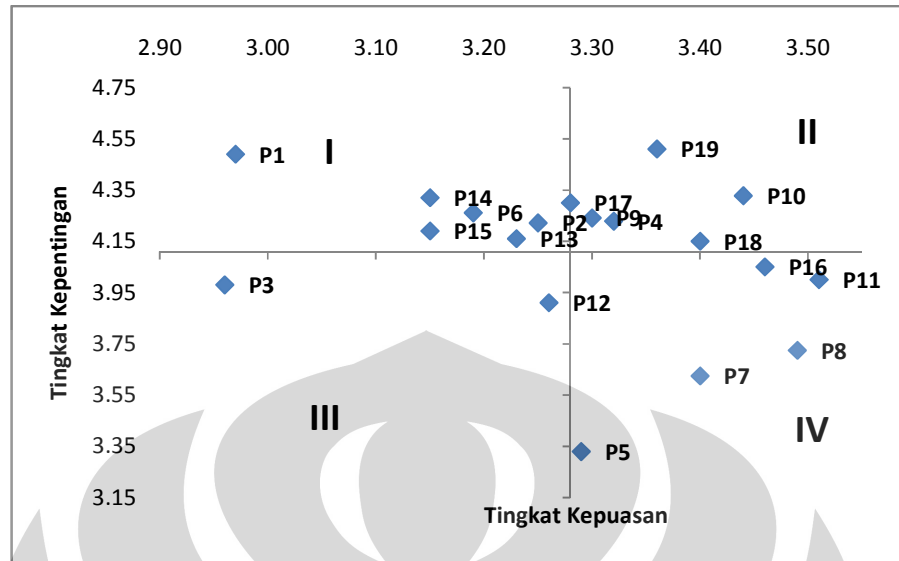
Importance performance diagram (IPA) bertujuan untuk mengidentifikasi variabel serta kombinasi mana yang mempengaruhi perilaku dan kepuasan konsumen serta variabel mana yang memiliki pengaruh paling kecil berdasarkan pembagian wilayah. Sehingga dapat kita lihat keadaan kedua produk baik produk Indonesia dan Cina dari segi kualitasnya.

##### 4.3.2.1. Diagram *Importance-Performance* Pakaian Anak Perempuan Produk Indonesia dan Cina

Berdasarkan tabel rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan atribut produk yang telah didapatkan dari proses pengisian kuesioner maka perlu dibuat diagram importance performance sehingga kita dapat melihat sebaran atribut-atribut tersebut untuk keempat kuadran. Pada *importance performance* diagram ini sumbu x mewakili tingkat kepuasan konsumen dan sumbu y mewakili tingkat kepentingan atribut tersebut. Untuk melihat daya saing kedua produk peneliti akan membandingkan atribut-atribut yang dimiliki pada kuadran dua yaitu pada kuadran *keep up the good work*. Hal ini dikarenakan pada pakaian tersebut telah melekat atribut yang menjadi daya saing kedua produk bagi konsumen. Sebaran atribut-atribut pakaian anak perempuan produksi Indonesia dan Cina dapat dilihat pada Gambar 4.13 dan Gambar 4.14 sebagai berikut:



**Gambar 4.13** Diagram *Importance-Performance* untuk Pakaian Anak Perempuan Produksi Indonesia



**Gambar 4.14** Diagram *Importance-Performance* untuk Pakaian Anak Perempuan Produksi Cina

Posisi setiap atribut pada diagram *importance-performance* untuk pakaian anak perempuan adalah sebagai berikut:

- **Kuadran I (*concentrate here*)**

Untuk produk Indonesia atribut harga (*P1*), atribut informasi baju (*P9*), atribut aksesoris tambahan (*P10*), atribut tekstur bahan (*P13*), atribut tidak luntur pada pencucian pertama (*P14*), atribut tidak ciut setelah pencucian (*P15*), dan atribut motif bahan (*P19*) berada di dalam kuadran I. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran I adalah atribut harga (*P1*), atribut kerapihan jahitan (*P2*), atribut ketersediaan ukuran (*P6*), atribut tekstur bahan (*P13*), atribut tidak luntur pada pencucian pertama (*P14*) dan atribut tidak ciut setelah pencucian (*P15*). Apabila atribut berada pada kuadran I artinya konsumen pakaian anak perempuan merasa bahwa faktor atribut yang ada pada produk ini masih kurang memuaskan. Sehingga untuk peningkatan kualitas produk dapat memfokuskan pada peningkatan kualitas pada atribut-atribut tersebut.

- **Kuadran II (*keep up the good work here*)**

Untuk produk Indonesia atribut kerapihan jahitan (*P2*), atribut daya serap bahan (*P4*), atribut ketersediaan ukuran (*P6*), atribut tidak luntur pada keringat (*P17*), dan atribut kerapatan bahan (*P18*) berada di dalam kuadran

II. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran II adalah atribut daya serap bahan (*P4*), atribut informasi baju (*P9*), atribut aksesoris tambahan (*P10*), atribut tidak luntur pada keringat (*P17*), atribut kerapatan bahan (*P18*), dan atribut motif bahan (*P19*).

Apabila atribut berada pada kuadran II artinya konsumen merasa puas terhadap atribut kualitas pakaian anak perempuan tersebut, maka sudah seharusnya UKM terus mempertahankan kualitas dari atribut tersebut. Dari kuadran ini kita dapat melihat kekuatan daya saing produk UKM lokal pada pakaian anak perempuan. Tabel keunggulan kualitas yang dimiliki kedua produk asal Indonesia dan Cina dapat dilihat pada Tabel 4.9.

- Kuadran III (*low priority here*)

Untuk produk Indonesia atribut pilihan warna (*P3*), atribut model (*P7*), dan atribut merek (*P8*) berada di dalam kuadran III. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran III adalah atribut pilihan warna (*P3*) dan atribut kelenturan bahan (*P12*).

Apabila atribut berada pada kuadran III artinya pelanggan merasa bahwa faktor ini kinerjanya kurang memuaskan, tetapi juga tidak dirasakan terlalu penting karenanya pelanggan tidak berekspektasi untuk mendapatkan atribut produk tersebut dalam pemilihan produk.

- Kuadran IV (*possible overkill here*)

Untuk produk Indonesia atribut kesesuaian ukuran (*P5*), atribut kelembutan bahan (*P11*), atribut kelenturan bahan (*P12*), dan atribut tahan kusut (*P16*) berada di dalam kuadran IV. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran IV adalah atribut kesesuaian ukuran (*P5*), atribut model (*P7*), atribut merek (*P8*), atribut kelembutan bahan (*P11*), dan atribut tahan kusut (*P16*).

Apabila atribut berada pada kuadran IV berarti faktor tersebut sudah sangat memuaskan di mata pelanggan padahal pelanggan tidak mengharapkan faktor tersebut terlalu tinggi karenanya perusahaan dalam hal ini UKM dapat mengalokasikan peningkatan kualitas pada atribut lain yang lebih menjadi prioritas pelanggan.

**Tabel 4.9** Keunggulan Kualitas Produk Pakaian Anak Perempuan Produksi Indonesia dan Cina

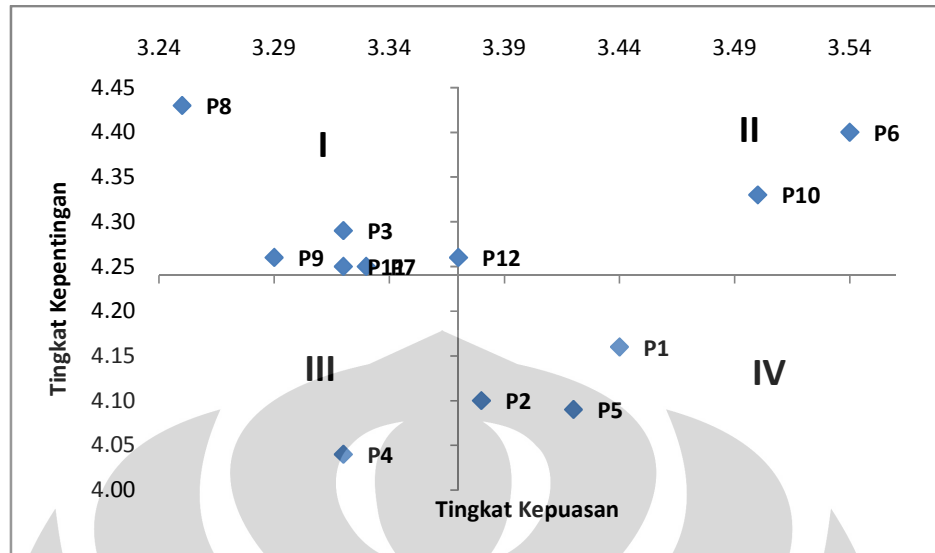
No	Kualitas Indonesia	Kualitas Cina
1	Kerapihan jahitan	Daya serap bahan
2	Daya serap bahan	Informasi baju
3	Ketersediaan ukuran	Aksesoris tambahan
4	Tidak luntur pada keringat	Tidak luntur pada keringat
5	Kerapatan bahan	Kerapatan bahan
6	-	Motif bahan

Keunggulan kualitas yang dimiliki oleh produk pakaian anak perempuan produksi Indonesia terletak pada kerapihan jahitan baju, daya serap bahan, ketersediaan ukuran yang dimiliki, tidak luntur pada keringat dan kerapatan anyaman bahan pakaian anak. Sedangkan keunggulan produksi Cina terletak pada daya serap bahan, informasi pada baju atau label, tersedianya aksesoris tambahan, tidak luntur pada keringat, kerapatan bahan dan motif bahan yang beraneka ragam.

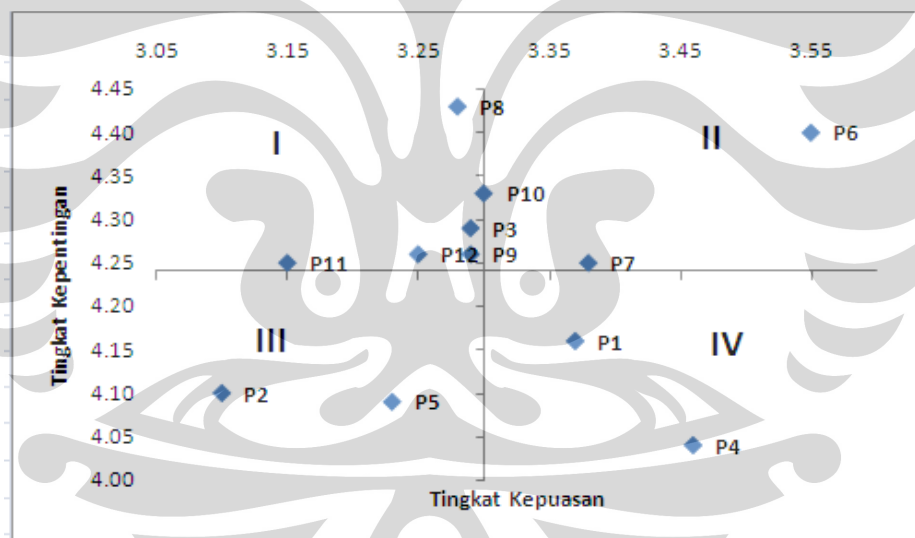
#### 4.3.2.2. Diagram *Importance-Performance* Sepatu Kulit Asli Produk Indonesia dan Cina

Berdasarkan tabel rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan atribut produk yang telah didapatkan dari proses pengisian kuesioner maka perlu dibuat diagram *importance performance* sehingga kita dapat melihat sebaran atribut-atribut tersebut untuk keempat kuadran. Pada *importance performance* diagram ini sumbu x mewakili tingkat kepuasan konsumen dan sumbu y mewakili tingkat kepentingan atribut tersebut. Untuk melihat daya saing kedua produk peneliti akan membandingkan atribut-atribut yang dimiliki pada kuadran dua yaitu pada kuadran *keep up the good work*.

Hal ini dikarenakan pada sepatu kulit tersebut telah melekat atribut yang menjadi daya saing kedua produk bagi konsumen dan dirasakan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi. Sebaran atribut-atribut sepatu kulit asli produksi Indonesia dan Cina dapat dilihat pada Gambar 4.15 dan Gambar 4.16 sebagai berikut:



**Gambar 4.15** Diagram *Importance-Performance* untuk Sepatu Kulit Asli Produksi Indonesia



**Gambar 4.16** Diagram *Importance-Performance* untuk Sepatu Kulit Asli Produksi Cina

Posisi setiap atribut pada diagram *importance-performance* untuk sepatu kulit asli adalah sebagai berikut:

- Kuadran I (*concentrate here*)

Untuk produk Indonesia atribut pilihan warna (*P3*), atribut kekuatan lem (*P7*), atribut merek (*P8*), atribut kerapihan jahitan (*P9*), dan atribut

ketebalan sol (*P11*) berada di dalam kuadran I. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran I adalah atribut pilihan warna (*P3*), atribut merek (*P8*), atribut kerapihan jahitan (*P9*), atribut ketebalan sol (*P11*), dan atribut kelenturan bahan (*P12*). Apabila atribut berada pada kuadran I artinya konsumen sepatu kulit asli merasa bahwa faktor atribut yang ada pada produk ini masih kurang memuaskan. Sehingga untuk peningkatan kualitas produk dapat memfokuskan pada peningkatan kualitas pada atribut-atribut tersebut.

- Kuadran II (*keep up the good work here*)

Untuk produk Indonesia atribut keringanan bahan sol (*P6*), atribut anti slip (*P10*), dan atribut kelenturan bahan (*P12*) berada di dalam kuadran II. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran II adalah atribut keringanan bahan sol (*P6*), atribut kekuatan lem (*P7*), dan atribut anti slip (*P10*). Apabila atribut berada pada kuadran II artinya konsumen merasa puas terhadap atribut kualitas sepatu kulit tersebut, maka sudah seharusnya UKM terus mempertahankan kualitas dari atribut tersebut. Dari kuadran ini kita dapat melihat kekuatan daya saing produk UKM lokal pada sepatu kulit asli. Tabel keunggulan kualitas yang dimiliki kedua produk asal Indonesia dan Cina dapat dilihat pada Tabel 4.10.

- Kuadran III (*low priority here*)

Untuk produk Indonesia atribut model (*P4*) berada di dalam kuadran III. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran III adalah atribut ketersediaan ukuran sepatu (*P2*) dan atribut kenyamanan saat dipakai (*P5*). Apabila atribut berada pada kuadran III artinya pelanggan merasa bahwa faktor atribut ini kinerjanya kurang memuaskan, tetapi juga tidak dirasakan terlalu penting bila tidak mendapatkan kepuasan dari atribut tersebut.

- Kuadran IV (*possible overkill here*)

Untuk produk Indonesia atribut harga (*P1*), atribut ketersediaan ukuran sepatu (*P2*), dan atribut kenyamanan saat dipakai (*P5*) berada di dalam kuadran IV. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran IV adalah atribut harga (*P1*) dan atribut model (*P4*). Apabila



atribut berada pada kuadran IV berarti faktor tersebut sudah sangat memuaskan di mata konsumen padahal konsumen tidak mengharapkan faktor tersebut terlalu tinggi.

**Tabel 4.10** Keunggulan Kualitas Produk Sepatu Kulit Asli Produksi Indonesia dan Cina

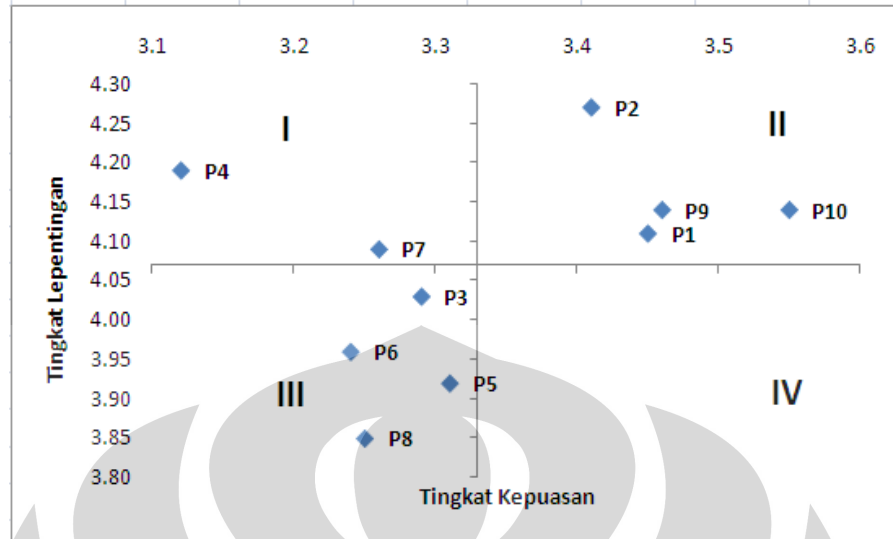
No	Kualitas Indonesia	Kualitas Cina
1	Keringanan bahan sol	Keringanan bahan sol
2	Anti slip	Kekuatan lem
3	Kelenturan bahan	Anti slip

Keunggulan kualitas yang dimiliki oleh produk sepatu kulit produksi Indonesia terletak pada keringanan bahan sol sepatu, sepatu kulit yang anti slip dan kelenturan bahan kulit. Sedangkan keunggulan produksi Cina terletak pada keringanan bahan sol sepatu, kekuatan lem pada sepatu dan sepatu kulit yang anti slip.

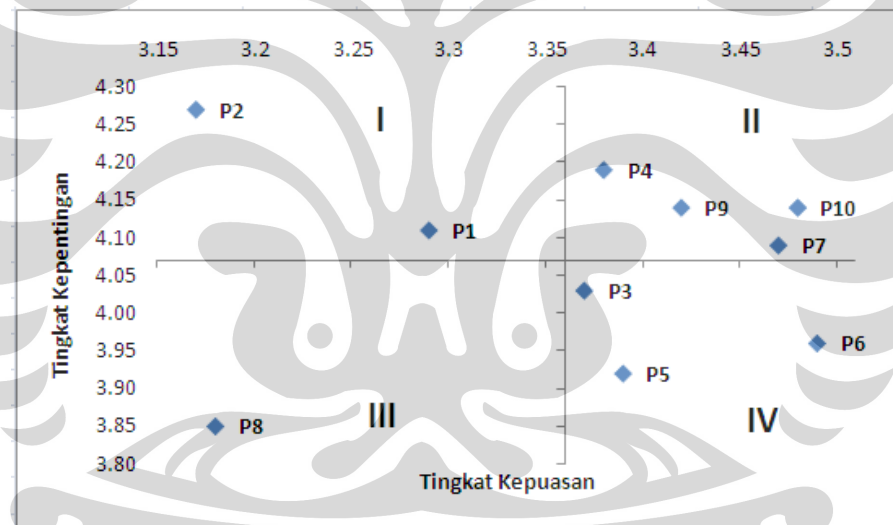
#### 4.3.2.3. Diagram *Importance-Performance* Boneka Isi Produk Indonesia dan Cina

Berdasarkan tabel rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan atribut produk yang telah didapatkan dari proses pengisian kuesioner maka perlu dibuat diagram *importance performance* sehingga kita dapat melihat sebaran atribut-atribut tersebut untuk keempat kuadran. Pada *importance performance* diagram ini sumbu x mewakili tingkat kepuasan konsumen dan sumbu y mewakili tingkat kepentingan atribut tersebut.

Untuk melihat daya saing kedua produk peneliti akan membandingkan atribut-atribut yang dimiliki pada kuadran dua yaitu pada kuadran *keep up the good work*. Hal ini dikarenakan pada boneka isi tersebut telah melekat atribut yang menjadi daya saing kedua produk bagi konsumen. Nantinya pembagian konsentrasi sebaran atribut ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk agar dapat memenuhi kepuasan konsumen dengan sasaran yang tepat. Sebaran atribut-atribut boneka isi untuk keempat kuadran yang ada untuk produk produksi Indonesia dan Cina dapat dilihat pada Gambar 4.17 dan Gambar 4.18 sebagai berikut:



**Gambar 4.17** Diagram *Importance-Performance* untuk Boneka Isi Produksi Indonesia



**Gambar 4.18** Diagram *Importance-Performance* untuk Boneka Isi Produksi Cina

Posisi setiap atribut pada diagram *importance-performance* untuk boneka isi adalah sebagai berikut:

- Kuadran I (*concentrate here*)

Untuk produk Indonesia atribut pilihan warna (*P4*) dan atribut ketersediaan pilihan ukuran (*P7*) berada di dalam kuadran I. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran I adalah atribut harga (*P1*) dan atribut jenis bahan (*P2*). Apabila atribut berada pada kuadran I

artinya boneka isi merasa bahwa faktor atribut yang ada pada produk ini masih kurang memuaskan. Sehingga untuk peningkatan kualitas produk dapat memfokuskan pada peningkatan kualitas pada atribut-atribut tersebut.

- **Kuadran II (*keep up the good work here*)**

Untuk produk Indonesia atribut harga (*P1*), atribut jenis bahan (*P2*), atribut kerapihan jahitan (*P9*), dan atribut bulu tidak rontok (*P10*) berada di dalam kuadran II. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran II adalah atribut pilihan warna (*P4*), atribut ketersediaan pilihan ukuran (*P7*), atribut kerapihan jahitan (*P9*), dan atribut bulu tidak rontok (*P10*). Apabila atribut berada pada kuadran II artinya konsumen merasa puas terhadap atribut kualitas boneka isi tersebut, maka sudah seharusnya UKM terus mempertahankan kualitas dari atribut tersebut. Dari kuadran ini kita dapat melihat kekuatan daya saing produk UKM lokal pada boneka isi. Tabel keunggulan kualitas yang dimiliki kedua produk asal Indonesia dan Cina dapat dilihat pada Tabel 4.11.

- **Kuadran III (*low priority here*)**

Untuk produk Indonesia atribut ketebalan/kerapatan bulu (*P3*), atribut model (*P5*), atribut bahan pengisi boneka (*P6*), dan atribut kemiripan boneka dengan figur asli (*P8*) berada di dalam kuadran III. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran III adalah atribut atribut kemiripan boneka dengan figur asli (*P8*).

Apabila atribut berada pada kuadran III artinya pelanggan merasa bahwa faktor atribut ini kinerjanya kurang memuaskan, tetapi juga tidak dirasakan terlalu penting.

- **Kuadran IV (*possible overkill here*)**

Untuk produk Indonesia tidak ada atribut yang berada di dalam kuadran IV. Sedangkan untuk produk Cina atribut yang berada pada kuadran IV adalah atribut ketebalan/kerapatan bulu (*P3*), atribut model (*P5*), dan atribut bahan pengisi boneka (*P6*). Apabila atribut berada pada kuadran IV berarti faktor tersebut sudah sangat memuaskan di mata konsumen padahal konsumen tidak mengharapkan faktor tersebut terlalu tinggi.

**Tabel 4.11** Keunggulan Kualitas Produk Boneka Isi Produksi Indonesia dan Cina

No	Kualitas Indonesia	Kualitas Cina
1	Harga	Pilihan warna
2	Jenis bahan	Ketersediaan pilihan ukuran
3	Kerapihan jahitan	Kerapihan jahitan
4	Bulu tidak rontok	Bulu tidak rontok

Keunggulan kualitas yang dimiliki oleh produk boneka isi produksi Indonesia terletak pada harga jual, jenis bahan yang digunakan, kerapihan jahitan dan bulu dari boneka yang tidak rontok. Sedangkan keunggulan produksi Cina terletak pada pilihan warna, ketersediaan pilihan ukuran, kerapihan jahitan dan bulu boneka yang tidak rontok.

#### 4.4. Kemampuan Produk dalam Menghasilkan Devisa

Kemampuan produk dalam menghasilkan devisa diukur dari nilai *domestic resource cost* yang merupakan perhitungan biaya domestik (*domestic cost*) yang digunakan untuk menghasilkan sebuah produk. Dengan perhitungan *domestic resource cost* pada rumus 2.1, akan didapatkan berapa perbandingan harga barang per dolar atau bisa kita simpulkan seperti *exchange rate*. Jika *domestic resource cost* lebih kecil dibandingkan nilai tukar dolar yang ada maka perusahaan tersebut efisien dan dapat menghasilkan devisa untuk negara dengan pertukaran barang tersebut dengan barang lainnya.

##### 4.4.1. Tingkat Efisiensi Produk Pakaian Anak Perempuan

Berdasarkan perhitungan dan pengambilan data untuk biaya total yang dikeluarkan untuk memproduksi pakaian anak perempuan didapatkan perbandingan biaya lokal (*domestic cost*) dan biaya luar (*foreign cost*). Dari biaya total yang diperoleh dari penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead akan dimasukkan kedalam rumus *domestic resource cost* yang akan digunakan untuk melihat keefisienan sebuah perusahaan dalam menghasilkan devisa. *Domestic resource cost* didapatkan dari besarnya biaya bahan-bahan lokal untuk memproduksi sebuah barang dibagi dengan *value added*

dari barang tersebut. *Value added* merupakan pengurangan harga produk yang dijual dengan kurs dolar yaitu \$ 1.82 dengan biaya bahan baku luar dengan kurs dolar yang dibutuhkan untuk memproduksinya yaitu sebesar \$ 0.31. Berikut adalah Tabel 4.12 yang merupakan rincian biaya UKM pakaian anak perempuan pada tahun 2009 dengan jumlah produksi sebesar 91.200 buah.

**Tabel 4.12** Presentase Biaya Lokal dan Biaya Luar untuk Pakaian Anak Perempuan

		Biaya	% Lokal	% Luar	Biaya Lokal	Biaya Luar
Bahan baku	Katun	IDR 312,000,000	100		IDR 312,000,000	\$ -
	Berukat	IDR 113,400,000		100	IDR -	\$ 12,259.46
	Silk	IDR 20,328,000		100	IDR -	\$ 2,197.62
	Saten	IDR 74,250,000	100		IDR 74,250,000	\$ -
	Poliester	IDR 32,200,000		100	IDR -	\$ 3,481.08
Tenaga kerja	Kuli jahit	IDR 273,600,000	100		IDR 273,600,000	\$ -
	Kuli potong	IDR 45,600,000	100		IDR 45,600,000	\$ -
	Kuli obras	IDR 22,800,000	100		IDR 22,800,000	\$ -
	Kuli antar	IDR 912,000	100		IDR 912,000	\$ -
	Bagian finishing	IDR 9,120,000	100		IDR 9,120,000	\$ -
	Pembinaan	IDR 5,180,000	100		IDR 5,180,000	\$ -
Overhead	Bordiran	IDR 60,800,000	50	50	IDR 30,400,000	\$ 3,286.49
	Karet	IDR 7,600,000	100		IDR 7,600,000	\$ -
	Benang jahit	IDR 7,600,000		100	IDR -	\$ 821.62
	Benang obras	IDR 7,600,000		100	IDR -	\$ 821.62
	Benang neci	IDR 7,600,000		100	IDR -	\$ 821.62
	Ring	IDR 7,600,000		100	IDR -	\$ 821.62
	Plastik	IDR 7,600,000	100		IDR 7,600,000	\$ -
	Jarum 1	IDR 7,600,000		100	IDR -	\$ 821.62
	Jarum 2	IDR 9,120,000		100	IDR -	\$ 985.95
	PBB	IDR 600,000	100		IDR 600,000	\$ -
	Telepon & Listrik*	IDR 20,000,000	30	70	IDR 6,000,000	\$ 1,513.51
	Perawatan mesin	IDR 3,000,000	40	60	IDR 1,200,000	\$ 194.59
	Tarif	IDR 132,696,000	100	0	IDR 132,696,000	\$ -
<b>Jumlah biaya/satuan</b>					IDR 10,192.52	\$ 0.31

$$\begin{aligned}
 \text{Domestic Resource Cost} &= \frac{\text{Biaya bahan-bahan lokal}}{\text{Value added}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 10.192,52}}{\$ 1.51} \\
 &= \text{Rp. 6.759,00 per dolar}
 \end{aligned}$$

Nilai *domestic resource cost* yang didapatkan untuk pakaian anak perempuan sebesar Rp. 6.759,00 per dolar. Hal ini berarti UKM konveksi yang diteliti adalah perusahaan yang efisien dan dapat menghasilkan atau menghemat devisa karena dapat memproduksi sebuah barang yang senilai dengan harga satu dolar namun biaya untuk memproduksinya dibawah satu dolar karena nilai *domestic resource cost* nya dibawah nilai rata-rata *exchange rate* yang berlaku di Indonesia yaitu sebesar Rp. 9170,00 per dolar.

#### 4.4.2. Tingkat Efisiensi Produk Sepatu Kulit Asli

Berdasarkan perhitungan dan pengambilan data untuk biaya total yang dikeluarkan untuk memproduksi sepatu kulit asli didapatkan perbandingan biaya lokal (*domestic cost*) dan biaya luar (*foreign cost*). Dari biaya total yang diperoleh dari penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead akan dimasukkan kedalam *domestic resource cost* yang akan digunakan untuk melihat keefisienan sebuah perusahaan dalam menghasilkan devisa. *Domestic resource cost* didapatkan dari besarnya biaya bahan-bahan lokal untuk memproduksi sebuah barang dibagi dengan *value added* dari barang tersebut. *Value added* merupakan pengurangan harga produk yang dijual dengan kurs dolar yaitu \$ 21,62 dengan biaya bahan baku luar dengan kurs dolar yang dibutuhkan untuk memproduksinya yaitu sebesar \$ 6.1. Berikut adalah Tabel 4.13 yang merupakan rincian biaya UKM sepatu kulit asli pada tahun 2009 dengan jumlah produksi sebesar 21.000 pasang.

$$\begin{aligned}
 \text{Domestic Resource Cost} &= \frac{\text{Biaya bahan-bahan lokal}}{\text{Value added}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 44.518,24}}{\$ 15,52} \\
 &= \text{Rp. 2.868,44 per dolar}
 \end{aligned}$$

Nilai *domestic resource cost* yang didapatkan untuk sepatu kulit asli sebesar Rp. 2.868,44 per dolar. Hal ini berarti UKM sepatu kulit yang diteliti adalah perusahaan yang efisien dan dapat menghasilkan atau menghemat devisa karena dapat memproduksi sebuah barang yang senilai dengan harga satu dolar

namun biaya untuk memproduksinya dibawah satu dolar karena nilai *domestic resource cost* nya dibawah nilai rata-rata *exchange rate* yang berlaku di Indonesia yaitu sebesar Rp. 9170,00 per dolar.

**Tabel 4.13** Presentase Biaya Lokal dan Biaya Luar untuk Sepatu Kulit Asli

		Biaya	% Lokal	% Luar	Biaya Lokal		Biaya Luar	
Bahan Baku	Kulit asli	IDR 787,500,000	0	100	IDR	-	\$	85,135
	Texon (alas bawah)	IDR 11,572,000	100	0	IDR	11,572,000	\$	-
	Sol (karet, fiber)	IDR 315,000,000	100	0	IDR	315,000,000	\$	-
	Puring	IDR 4,734,000	100	0	IDR	4,734,000	\$	-
	Lapis sampung	IDR 33,600,000	100	0	IDR	33,600,000	\$	-
	Besi tamsin	IDR 10,500,000	100	0	IDR	10,500,000	\$	-
Tenaga Kerja	Perajin	IDR 378,000,000	0	100	IDR	-	\$	40,865
	Bagian finishing	IDR 3,600,000	0	100	IDR	-	\$	389
	Kuli antar	IDR 4,200,000	0	100	IDR	-	\$	454
Overhead	Benang	IDR 7,000,000	100	0	IDR	7,000,000	\$	-
	Lem	IDR 480,000	100	0	IDR	480,000	\$	-
	Pola (cetakan)	IDR 108,000,000	100	0	IDR	108,000,000	\$	-
	Paku	IDR 11,572,000	100	0	IDR	11,572,000	\$	-
	Karet	IDR 26,880,000	100	0	IDR	26,880,000	\$	-
	Mata ayam	IDR 6,720,000	100	0	IDR	6,720,000	\$	-
	Lem tempel	IDR 5,600,000	100	0	IDR	5,600,000	\$	-
	Merek	IDR 6,300,000	100	0	IDR	6,300,000	\$	-
	Cat kulit (NF)	IDR 26,250,000	100	0	IDR	26,250,000	\$	-
	Resleting	IDR 29,100,000	100	0	IDR	29,100,000	\$	-
	Kotak dan bungkus	IDR 73,500,000	100	0	IDR	73,500,000	\$	-
	Listrik&Telepon*	IDR 10,800,000	30	70	IDR	3,240,000	\$	817
	Pajak	IDR 1,380,000	100	0	IDR	1,380,000	\$	-
	PBB	IDR 600,000	100	0	IDR	600,000	\$	-
	Perawatan mesin	IDR 6,000,000	30	70	IDR	1,800,000	\$	454
	Tarif	IDR 251,055,000	100	0	IDR	251,055,000	\$	-
<b>Jumlah biaya/satuan</b>					IDR	44,518.24	\$	6.10

#### 4.4.3. Tingkat Efisiensi Produk Boneka Isi

Berdasarkan perhitungan dan pengambilan data untuk biaya total yang dikeluarkan untuk memproduksi sepatu kulit asli didapatkan perbandingan biaya lokal (*domestic cost*) dan biaya luar (*foreign cost*). Dari biaya total yang diperoleh dari penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead akan dimasukkan kedalam *domestic resource cost* yang akan digunakan untuk melihat keefisienan sebuah perusahaan dalam menghasilkan devisa. *Domestic resource*

*cost* didapatkan dari besarnya biaya bahan-bahan lokal untuk memproduksi sebuah barang dibagi dengan *value added* dari barang tersebut. *Value added* merupakan pengurangan harga produk yang dijual dengan kurs dolar yaitu \$ 4.11 dengan biaya bahan baku luar dengan kurs dolar yang dibutuhkan untuk memproduksinya yaitu sebesar \$ 2.08. Berikut adalah Tabel 4.14 yang merupakan rincian biaya UKM boneka isi pada tahun 2009 dengan jumlah produksi sebesar 420.000 buah.

**Tabel 4.14** Presentase Biaya Lokal dan Biaya Luar untuk Boneka Isi

		Biaya	% Lokal	% Luar	Biaya Lokal	Biaya Luar
Bahan baku	Sovonel	IDR 1,420,000,000	0	100	IDR -	\$ 153,513.51
	Hifile	IDR 1,952,500,000	0	100	IDR -	\$ 211,081.08
	Nylex	IDR 319,500,000	100	0	IDR 319,500,000	\$ -
	Velboa	IDR 745,500,000	0	100	IDR -	\$ 80,594.59
	Rasfur	IDR 1,100,500,000	0	100	IDR -	\$ 118,972.97
	Yelvo	IDR 994,000,000	0	100	IDR -	\$ 107,459.46
	Polyesterfiber	IDR 1,381,250,000	0	100	IDR -	\$ 149,324.32
Tenaga kerja	Perajin	IDR 792,000,000	100	0	IDR 792,000,000	\$ -
	Bordir	IDR 528,000,000	100	0	IDR 528,000,000	\$ -
	Kuli antar	IDR 210,000,000	100	0	IDR 210,000,000	\$ -
Overhead	Mata	IDR 71,400,000	100	0	IDR 71,400,000	\$ -
	Hidung	IDR 120,750,000	100	0	IDR 120,750,000	\$ -
	Benang jahit	IDR 112,500,000	100	0	IDR 112,500,000	\$ -
	Bordir	IDR 840,000,000	100	0	IDR 840,000,000	\$ -
	Aksesoris	IDR 210,000,000	0	100	IDR -	\$ 22,702.70
	Benang wool	IDR 210,000,000	0	100	IDR -	\$ 22,702.70
	Listrik&Telepon*	IDR 77,000,000	30	70	IDR 23,100,000	\$ 5,827.03
	Bunga	IDR 300,000,000	100	0	IDR 300,000,000	\$ -
	PBB	IDR 300,000	100	0	IDR 300,000	\$ -
	Pajak	IDR 30,000,000	100	0	IDR 30,000,000	\$ -
	Perawatan mesin	IDR 11,000,000	30	70	IDR 3,300,000	\$ 832.43
	Biaya alat	IDR 22,000,000	100	0	IDR 22,000,000	\$ -
Tarif	IDR 1,165,500,000	100	0	IDR 1,165,500,000	\$ -	
Jumlah biaya/satuan					IDR 10,805.60	\$ 2.08

$$\begin{aligned}
 \text{Domestic Resource Cost} &= \frac{\text{Biaya bahan-bahan lokal}}{\text{Value added}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 10.805.60}}{\$ 2.03} \\
 &= \text{Rp. 5322,95 per dolar}
 \end{aligned}$$



Nilai *domestic resource cost* yang didapatkan untuk boneka isi sebesar Rp. 5322,95 per dolar. Hal ini berarti UKM konveksi yang diteliti adalah perusahaan yang efisien dan dapat menghasilkan atau menghemat devisa karena dapat memproduksi sebuah barang yang senilai dengan harga satu dolar namun biaya untuk memproduksinya dibawah satu dolar karena nilai *domestic resource cost* nya dibawah nilai rata-rata *exchange rate* yang berlaku di Indonesia yaitu sebesar Rp. 9170,00 per dolar.

#### 4.5. Impor Barang Cina untuk Ketiga Produk

Berikut merupakan nilai impor dari Cina yang masuk ke Indonesia dalam beberapa tahun terakhir untuk ketiga produk yaitu pakaian anak perempuan, sepatu kulit asli dan boneka isi dengan kode HS sebagai berikut:

**Tabel 4.15** Nilai Impor dari Cina untuk Ketiga Produk

Tahun	Jenis Produk	Nilai Produk	
		US \$	IDR
2002	Pakaian Anak Perempuan	110,769	1,066,483,932
	Sepatu Kulit Asli	4,730	45,540,440
	Boneka Isi	46,931	451,851,668
2003	Pakaian Anak Perempuan	63,341	541,375,527
	Sepatu Kulit Asli	-	-
	Boneka Isi	42,906	366,717,582
2004	Pakaian Anak Perempuan	45,183	405,246,327
	Sepatu Kulit Asli	2,839	25,462,991
	Boneka Isi	216,246	1,939,510,374
2005	Pakaian Anak Perempuan	1,247,204	12,096,631,596
	Sepatu Kulit Asli	6,516	63,198,684
	Boneka Isi	1,497,753	14,526,706,347
2006	Pakaian Anak Perempuan	788,767	7,244,036,128
	Sepatu Kulit Asli	6,950	63,828,800
	Boneka Isi	196,552	1,805,133,568
2007	Pakaian Anak Perempuan	1,911,612	17,487,426,576
	Sepatu Kulit Asli	54,990	503,048,520
	Boneka Isi	-	-
2008	Pakaian Anak Perempuan	2,129,167	20,610,336,560
	Sepatu Kulit Asli	422,980	4,094,446,400
	Boneka Isi	1,352,375	13,090,990,000

#### 4.6. Rekomendasi Kepada Pemerintah Guna Menanggulangi ACFTA

Berikut merupakan beberapa rekomendasi untuk pemerintah dalam penanggulangan masuknya barang Cina dengan jumlah yang melimpah dan dengan harga dan kualitas yang bersaing dalam persaingan pasar bebas ACFTA.

a) *Infant industry argument*

Merupakan tindakan yang dilakukan untuk melindungi industri baru yang mencoba untuk bersaing dengan produk luar. Industri ini sebaiknya diberikan perhatian khusus agar tidak tergerus dengan barang-barang dari luar yang harganya jauh lebih murah. Tindakan yang dilakukan seperti substitusi impor dan melarang masuknya barang sejenis serta pemberian tarif untuk produk yang sama dengan industri baru tersebut. Akan tetapi perlindungan ini tidak dilakukan dalam jangka waktu yang lama dikarenakan akan membuat industri baru tersebut tidak dapat maju karena dirasakan seperti dimanja dan tidak dapat bersaing.

b) Penanggulangan hukum terhadap barang impor ilegal

Aparat pemerintahan yang terkait seperti polisi, pihak bea cukai dan yang bertanggung jawab untuk menjaga dan memantau barang-barang impor yang masuk ke Indonesia agar tidak terjadi penyimpangan dan tindakan yang menyalahi hukum.

c) Menurunkan bunga bank

Untuk produsen lokal seperti UKM agar dapat diberikan bunga pinjaman bank yang lebih rendah agar industri ini dapat melebarkan sayapnya dikarenakan keterbatasan modal untuk perputaran barang.

d) Memberikan insentif untuk UKM

Insentif seperti bantuan pinjaman, bantuan pemasaran dan penyuluhan kinerja serta pemberian informasi tentang teknologi baru yang dapat meningkatkan produktifitas dan penjualan produk.

e) Memberikan penurunan TDL

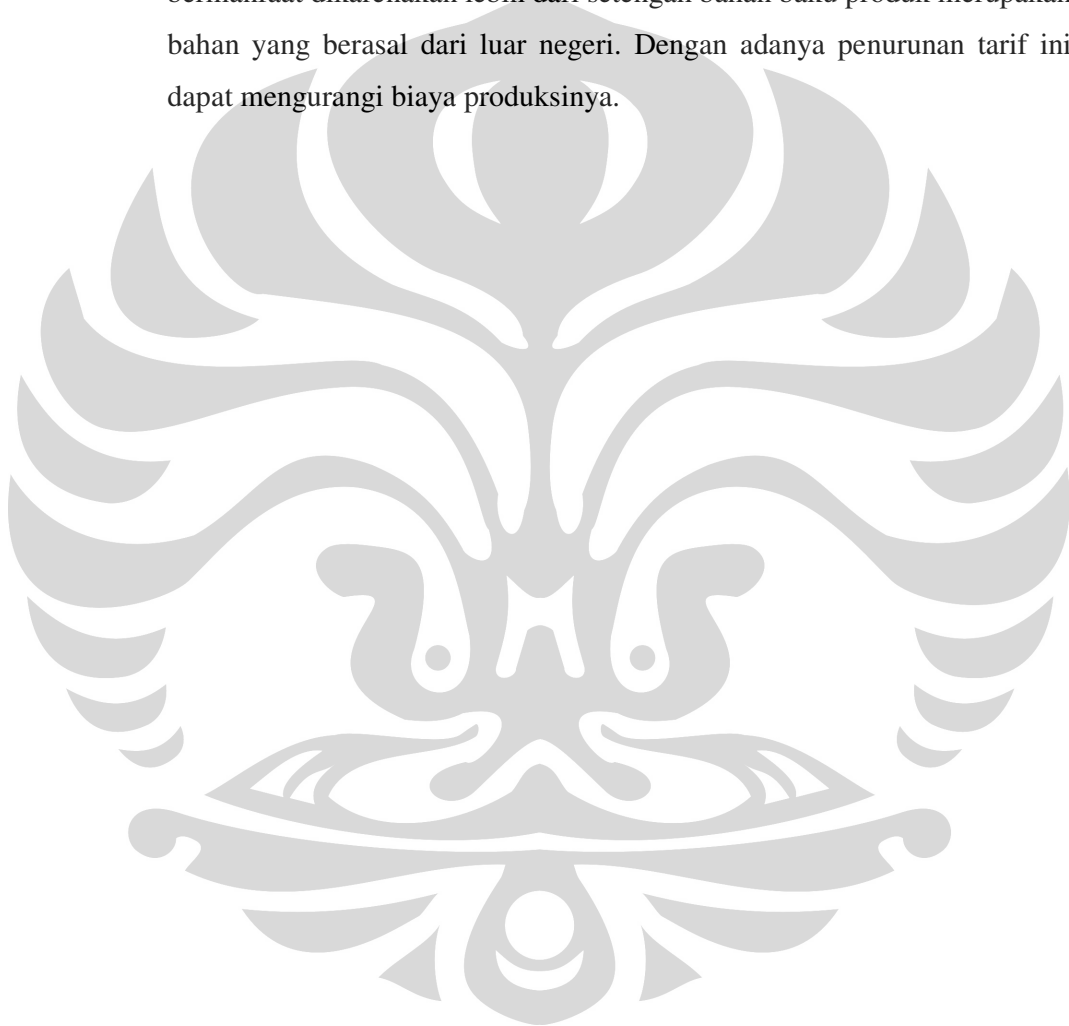
Untuk produsen lokal khususnya yang masih belum mampu bersaing atau industri baru yang terjun kedalam kompetisi agar diberikan penurunan tarif dasar listrik (TDL) agar masih dapat bertahan dan tidak mengalami kerugian atau kebangkrutan.

f) Potongan pajak ekspor

Bagi produsen lokal yang berorientasi ekspor agar diberikan pemotongan pajak impor seperti yang dilakukan negara Cina agar produk yang dipasarkan dapat lebih murah dan menarik konsumen manca negara.

g) Menurunkan tarif bea masuk untuk bahan baku

Penurunan tarif bea masuk untuk bahan baku produk dirasa sangat bermanfaat dikarenakan lebih dari setengah bahan baku produk merupakan bahan yang berasal dari luar negeri. Dengan adanya penurunan tarif ini dapat mengurangi biaya produksinya.



## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah analisis daya saing tiga produk Indonesia terhadap produk Cina yang ditinjau dari tiga variabel inti yaitu struktur biaya, harga dan kualitas. Setelah melihat daya saing ketiga produk maka akan dihitung efisiensi produk tersebut dalam menghasilkan dolar. Adapun penelitian ini bertujuan untuk tujuan mencapai empat hal, yaitu:

1. Mengetahui daya saing tiga produk Indonesia dari karakteristik struktur biaya terhadap produk Cina
2. Mengetahui daya saing tiga produk Indonesia dari segi kualitas dari mata konsumen terhadap produk Cina
3. Melihat daya saing produk berdasarkan harga barang dipasaran
4. Melihat kemampuan produk tersebut apakah efisien dan dapat menghasilkan devisa.

Sesuai dengan tujuan penelitian tersebut, kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan data struktur biaya, diperoleh perbandingan keadaan daya saing ketiga produk yang masih dapat bertahan dengan masuknya produk Cina akibat CAFTA. Hal ini dikarenakan besarnya biaya minimum rata-rata berada dibawah nilai jual produk Cina yang masuk ke pasaran, sehingga UKM lokal masih dapat memperoleh keuntungan dan tidak merugi.
2. Dari hasil pengumpulan data rata-rata harga jual produk, diperoleh perbandingan keadaan daya saing ketiga produk yang masih dapat bertahan dengan masuknya produk Cina akibat CAFTA. Hal ini dikarenakan harga kisaran rata-rata produk lokal lebih murah bila dibandingkan produk yang berasal dari Cina. Akan tetapi apabila bea masuk untuk ketiga produk dihapuskan maka harga ketiga produk dari Cina lebih murah dibandingkan produk lokal. Kondisi ini dapat diatasi dengan penurunan harga produk lokal

selama nilai minimum ATC masih berada dibawah nilai jual yang ada.

3. Dari hasil pengolahan data kuesioner dengan analisis *importance performance diagram*, dihasilkan perbandingan kualitas ketiga produk Indonesia dan Cina menurut konsumen berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasannya tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan kualitas produk antara kedua negara tidak berbeda jauh dan masih dapat bersaing.
4. Dari hasil perhitungan data persentase biaya lokal dan biaya luar negeri dalam total biaya, diperoleh nilai *domestic resource cost* berupa nilai rupiah per dolarnya. Dari nilai yang diperoleh untuk ketiga produk lokal kemudian dibandingkan dengan nilai rata-rata *exchange rate* yang berlaku di Indonesia. Apabila nilai *domestic resource cost* berada dibawah nilai rata-rata *exchange rate* maka perusahaan tersebut efisien dan dapat menghasilkan devisa dalam perdagangan luar negeri. Maka untuk produk lokal dapat disimpulkan bahwa ketiga UKM efisien dan dapat menghasilkan devisa karena nilai *domestic resource cost*nya semua berada di bawah *exchange rate* yang berlaku.

## 5.2. Saran

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan yang dapat menjadi masukan bagi penelitian-penelitian berikutnya. Beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Seperti yang telah dipaparkan bahwa objek penelitian ini hanya meliputi home industri konveksi yaitu pakaian anak perempuan, home industri sepatu kulit dan home industri boneka. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti untuk industry dengan skala yang lebih besar dan dengan objek studi yang lebih variatif.
- b. Dalam pengumpulan data diperlukan kesabaran dan keuletan agar didapatkan data-data yang diperlukan dari berbagai sumber yang ada.
- c. Pemilihan sampel dan rentang waktu penelitian sangat menentukan hasil penelitian. Oleh karena itu, perlu dipikirkan dengan seksama perusahaan

apa yang akan dijadikan sampel dan rentang waktu yang sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan.

- d. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel untuk mengetahui daya saing ketiga produk. Oleh karena itu, penambahan variabel dapat membuat penelitian lebih lengkap dan komprehensif.



## DAFTAR REFERENSI

- Ariyoso, (2009, Desember 15 dan Oktober 2009). Metode IPA, Uji Reliabilitas, Uji Reliabilitas dan Uji Validitas  
<http://ariyoso.wordpress.com>
- Balassa, Bella and Assocoates, 1971, “*The structure of Protection in Developing Countries*”, USA
- Bilson Simamora, 2006, *Analisi multivariat Pemasaran*, Elexmedia Computindo, Jakarta.
- Churchill, Gilbert A. JR., 1996, *Basic Marketing Research: edisi ke-3*, The Dryden Press, Orlando.
- Cochran W G, 1963 *Sampling Techniques 2<sup>nd</sup> Edition*, John Wiley and Sons, Inc., USA.
- Fecĭlikova, Ingrid, 2004, “*An index method for measurement of customer satisfaction*”, *The TQM Magazine*, vol. 16, no. 1.
- Free Trade Area Asean-China, Pebruari 2010, Direktorat Kerjasama Regional, Ditjen Kerjasama Perdagangan Internasional.  
<http://www.aseansec.org/16646.htm>
- Ford, John B., et. al., 1999, “Importance-performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA”, *The Journal of Services Marketing*, vol. 13, no. 2.
- Forum pebelitian Agro Ekonomi. Volume 22 no 2, Desember 2004: 126-141
- Hunt, Daniel V., 1993, *Managing for Quality, Integrating Quality and Business Strategy*, Technology Research Cooperation.
- Israel, Glenn D., 1992, “Determining Sample Size”, *Program Evaluation and Organizational Development*, Florida Cooperative Extension Service, PEOD-6.
- Joseph, Mathew et. al., 1999, “Service quality in the banking sector: the impact of technology on service delivery”, *International Journal of Bank Marketing*, vol. 17, no. 4.

- Kotler, Philip, 1993, *Manajemen Pemasaran: Edisi Keenam*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Laffer, Arthur B. dan Marc A. Miles, 1982, "International Economic in an Intergrated world", USA
- Magal, Simha R dan Nancy M. Levenburg, 2005, "Using Importance Performance Analysis to Evaluate E-Business Strategies among Small Business", *procceding of the 38th hawaii International Conference on System Science*.
- O'Neill, Martin A., et. al., 2000, "Diving Into Service Quality-The Dive Tour Operator Service", *Managing Service Quality*, vol. 10, no. 3.
- Porter, E Michael, "What is competitiveness", Year 1, No 1 January-April 2005
- Sudarmanto, R. Gunawan, 2005, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta: Bandung, 2004.
- Supranto, *Analisis Multivariat Arti dan Interpretase, Rineka Cipta*, Jakarta, 2004, Jakarta.
- Thomas C. Kinnear and James R. Taylor, *Marketing Research, An Applied Approach: Fourth Edition*, 1991.
- Todaro, Michael P. "Economic Development in The Thrid World" , New York, Longman: 1989
- Wang, Yonggui dan Hing-Po Lo, 2004, "An Integrated Framework for Service Quality, Customer Value, Satisfaction"
- Yasinta, "Neraca pembayaran Internasional (Balance of Payment), July 22, 2008.





**KUESIONER**  
**KEPUASAN KONSUMEN PAKAIAN ANAK PEREMPUAN**  
**UNTUK PRODUK INDONESIA DAN PRODUK CINA**



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS INDONESIA**  
**2010**

Bapak / Ibu / Saudara / i yang saya hormati

Saya, Mutia, mahasiswi Teknik Industri Universitas Indonesia angkatan 2006, sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi dengan tema “Analisis Daya Saing Tiga Produk Indonesia terhadap Produk Cina’.

Ditengah gencarnya produk Cina yang masuk ke Indonesia dengan adanya pasar bebas yang menyebabkan dikurangi dan bahkan ditiadakannya bea masuk untuk barang impor. Maka diperlukan penelitian untuk melihat daya saing produk pakaian anak perempuan Indonesia terhadap produk luar, dalam hal ini yang ingin diteliti adalah perbandingannya dengan produk pakaian anak perempuan dari Cina.

Oleh karena itu, saya mengharapkan partisipasi Bapak / Ibu/ Saudara / i dalam mengisi kuesioner ini. Data yang didapatkan hanya ditujukan untuk kepentingan akademik saja dan dijamin kerahasiaannya sehingga diharapkan Bapak / Ibu / Saudara / i dapat mengisi kuesioner ini sesuai keadaan yang sebenarnya.

Atas perhatian dan bantuan Bapak /Ibu / Saudara / i saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Mutia

**Universitas Indonesia**

## I. DATA RESPONDEN

Berilah tanda “✓” pada pilihan yang ada

1 Jenis Kelamin

Pria       Wanita

2 Usia : ..... tahun

16-24     25-34     35-44     45-54     > 55

3 Tempat tinggal di wilayah :

Jakarta Utara     Jakarta Selatan     Jakarta Barat     Jakarta Pusat

Jakarta Timur     Luar Jakarta

4 Penghasilan Per Bulan

< 1 juta     1 - 5 juta     > 5 - 10 juta     >10 – 20 juta

>20 juta

## II. PERBANDINGAN PRODUK

### Petunjuk Pengisian:

Pada bagian ini, Bapak / Ibu / Sdr / i diminta untuk menentukan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut tertentu pada pakaian anak produk Indonesia dan China

- **Tingkat kepentingan** menyatakan seberapa penting, menurut Anda, suatu atribut produk tersebut.

Berilah tanda “✓” pada pilihan yang sesuai dengan pendapat Bapak / Ibu / Sdr / i

Contoh:

ATRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN				
	SANGAT PENTING	PENTING	CUKUP PENTING	KURANG PENTING	TIDAK PENTING
Kerapian jahitan	V				

ATRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN				
	SANGAT PENTING	PENTING	CUKUP PENTING	KURANG PENTING	TIDAK PENTING
Harga					
Kerapihan jahitan					
Pilihan warna					
Daya serap bahan					
Kesesuaian ukuran					
Ketersediaan warna					
Model					
Merek					
Informasi baju (label)					

<b>Aksesoris tambahan</b>					
<b>Kelembutan bahan</b>					
<b>Kelenturan bahan</b>					
<b>Tekstur bahan</b>					
<b>Tidak luntur pada pencucian pertama</b>					
<b>Tidak ciut setelah pencucian</b>					
<b>Tahan kusut</b>					
<b>Tidak luntur pada keringat</b>					
<b>Kerapatan bahan</b>					
<b>Motif bahan</b>					

**Petunjuk Pengisian:**

Pada bagian ini, Bapak / Ibu / Sdr / i diminta untuk menentukan tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut tertentu pada pakaian anak produk Indonesia dan China

- **Tingkat kepuasan** menyatakan seberapa memuaskan, menurut Anda, suatu atribut yang ada di produk tersebut.

Berilah tanda “√” pada pilihan yang sesuai dengan pendapat Bapak / Ibu / Sdr / i. Nilai 5 merupakan nilai yang paling baik sedangkan 1 merupakan nilai yang paling buruk.

ATRIBUT	TINGKAT KEPUASAN									
	INDONESIA					CHINA				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Harga										
Kerapihan jahitan										
Pilihan warna										
Daya serap bahan										
Kesesuaian ukuran										
Ketersediaan warna										
Model										
Merek										
Informasi baju (label)										
Aksesoris tambahan										
Kelembutan bahan										
Kelenturan bahan										
Tekstur bahan										
Tidak luntur pada pencucian pertama										
Tidak ciut setelah pencucian										
Tahan kusut										

<b>Tidak luntur pada keringat</b>																					
<b>Kerapatan bahan</b>																					
<b>Motif bahan</b>																					

**Saran Bapak/Ibu/Saudara**

--

**Terima Kasih Atas Waktu yang Telah Diberikan Untuk Mengisi Kuisisioner ini.**



**LAMPIRAN 2**  
**KUESIONER KEPUASAN PELANGGAN SEPATU KULIT ASLI**



**KUESIONER**  
**KEPUASAN KONSUMEN SEPATU KULIT ASLI UNTUK**  
**PRODUK INDONESIA DAN PRODUK CINA**



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS INDONESIA**  
**2010**

Bapak / Ibu / Saudara / i yang saya hormati

Saya, Mutia, mahasiswi Teknik Industri Universitas Indonesia angkatan 2006, sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi dengan tema “Analisis Daya Saing Tiga Produk Indonesia terhadap Produk Cina’.

Ditengah gencarnya produk Cina yang masuk ke Indonesia dengan adanya pasar bebas yang menyebabkan dikurangi dan bahkan ditiadakannya bea masuk untuk barang impor. Maka diperlukan penelitian untuk melihat daya saing produk sepatu kulit asli Indonesia terhadap produk luar, dalam hal ini yang ingin diteliti adalah perbandingannya dengan produk sepatu kulit asli dari Cina.

Oleh karena itu, saya mengharapkan partisipasi Bapak / Ibu / Saudara / i dalam mengisi kuesioner ini. Data yang didapatkan hanya ditujukan untuk kepentingan akademik saja dan dijamin kerahasiaannya sehingga diharapkan Bapak / Ibu / Saudara / i dapat mengisi kuesioner ini sesuai keadaan yang sebenarnya.

Atas perhatian dan bantuan Bapak / Ibu / Saudara / i saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Mutia

**Universitas Indonesia**

## I.DATA RESPONDEN

Berilah tanda “✓” pada pilihan yang ada

1 Jenis Kelamin

Pria       Wanita

2 Usia : ..... tahun

16-24     25-34     35-44     45-54     > 55

3 Tempat tinggal di wilayah :

Jakarta Utara     Jakarta Selatan     Jakarta Barat     Jakarta Pusat

Jakarta Timur     Luar Jakarta

4 Penghasilan Per Bulan

< 1 juta     1 - 5 juta     > 5 - 10 juta     >10 – 20 juta

>20 juta

## II.PERBANDINGAN PRODUK

### Petunjuk Pengisian:

Pada bagian ini, Bapak / Ibu / Sdr / i diminta untuk menentukan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut tertentu pada sepatu kulit asli produk Indonesia dan China

- **Tingkat kepentingan** menyatakan seberapa penting, menurut Anda, suatu atribut produk tersebut.

Berilah tanda “✓” pada pilihan yang sesuai dengan pendapat Bapak / Ibu / Sdr / i

Contoh:

ATRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN				
	SANGAT PENTING	PENTING	CUKUP PENTING	KURANG PENTING	TIDAK PENTING
Kerapian jahitan	V				

ATRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN				
	SANGAT PENTING	PENTING	CUKUP PENTING	KURANG PENTING	TIDAK PENTING
Harga					
Ketersediaan ukuran					
Pilihan warna					
Model					
Kenyamanan saat dipakai					
Keringanan bahan sol					
Kekuatan lem					
Merek					
Kerapihan jahitan					
Anti slip					
Ketebalan sol					
Kelemturan bahan					

**Petunjuk Pengisian:**

Pada bagian ini, Bapak / Ibu / Sdr / i diminta untuk menentukan tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut tertentu pada sepatu kulit asli Indonesia dan China

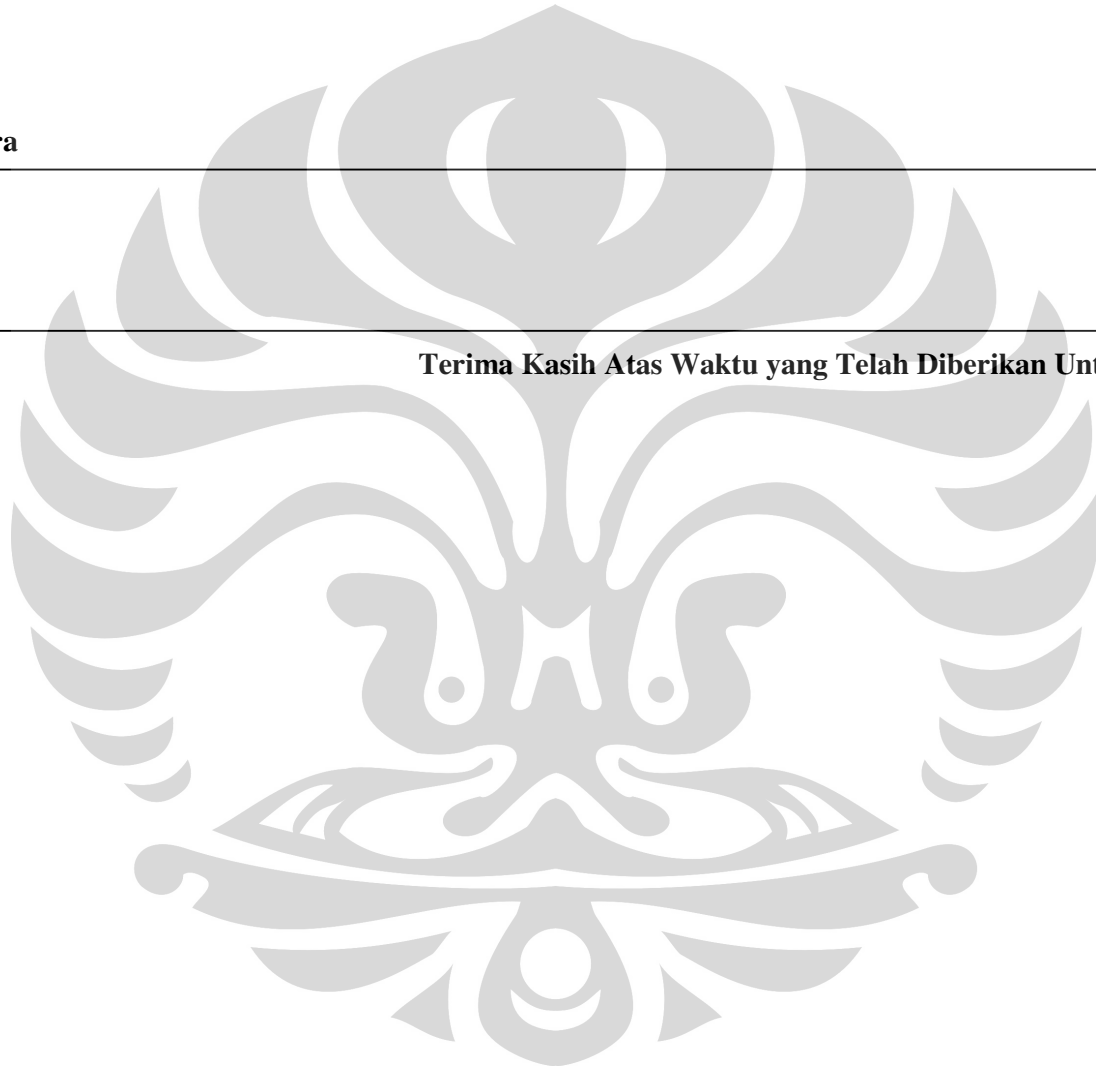
- **Tingkat kepuasan** menyatakan seberapa memuaskan, menurut Anda, suatu atribut yang ada di produk tersebut.

Berilah tanda “√” pada pilihan yang sesuai dengan pendapat Bapak / Ibu / Sdr / i. Nilai 5 merupakan nilai yang paling baik sedangkan 1 merupakan nilai yang paling buruk.

ATRIBUT	TINGKAT KEPUASAN									
	INDONESIA					CHINA				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>Harga</b>										
<b>Ketersediaan ukuran</b>										
<b>Pilihan warna</b>										
<b>Model</b>										
<b>Kenyamanan saat dipakai</b>										
<b>Keringanan bahan sol</b>										
<b>Kekuatan lem</b>										
<b>Merek</b>										
<b>Kerapihan jahitan</b>										
<b>Anti slip</b>										
<b>Ketebalan sol</b>										
<b>Kelemturan bahan</b>										

**Saran Bapak/Ibu/Saudara**

**Terima Kasih Atas Waktu yang Telah Diberikan Untuk Mengisi Kuisisioner ini.**





**LAMPIRAN 3**  
**KUESIONER KEPUASAN PELANGGAN BONEKA ISI**

**KUESIONER**  
**KEPUASAN KONSUMEN BONEKA ISI**  
**UNTUK PRODUK INDONESIA DAN PRODUK CINA**



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS INDONESIA**  
**2010**

Bapak / Ibu / Saudara / i yang saya hormati

Saya, Mutia, mahasiswi Teknik Industri Universitas Indonesia angkatan 2006, sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi dengan tema “Analisis Daya Saing Tiga Produk Indonesia terhadap Produk Cina’.

Ditengah gencarnya produk Cina yang masuk ke Indonesia dengan adanya pasar bebas yang menyebabkan dikurangi dan bahkan ditiadakannya bea masuk untuk barang impor. Maka diperlukan penelitian untuk melihat daya saing produk boneka isi Indonesia terhadap produk luar, dalam hal ini yang ingin diteliti adalah perbandingannya dengan produk boneka isi dari Cina.

Oleh karena itu, saya mengharapkan partisipasi Bapak / Ibu / Saudara / i dalam mengisi kuesioner ini. Data yang didapatkan hanya ditujukan untuk kepentingan akademik saja dan dijamin kerahasiaannya sehingga diharapkan Bapak / Ibu / Saudara / i dapat mengisi kuesioner ini sesuai keadaan yang sebenarnya.

Atas perhatian dan bantuan Bapak / Ibu / Saudara / i saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Mutia

**Universitas Indonesia**

## I. DATA RESPONDEN

Berilah tanda “✓” pada pilihan yang ada

1 Jenis Kelamin

Pria       Wanita

2 Usia : ..... tahun

16-24     25-34     35-44     45-54     > 55

3 Tempat tinggal di wilayah :

Jakarta Utara     Jakarta Selatan     Jakarta Barat     Jakarta Pusat

Jakarta Timur     Luar Jakarta

4 Penghasilan Per Bulan

< 1 juta     1 - 5 juta     > 5 - 10 juta     >10 – 20 juta

>20 juta

## II. PERBANDINGAN PRODUK

### Petunjuk Pengisian:

Pada bagian ini, Bapak / Ibu / Sdr / i diminta untuk menentukan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut tertentu pada boneka isi asli produk Indonesia dan China



- **Tingkat kepentingan** menyatakan seberapa penting, menurut Anda, suatu atribut produk tersebut.

Berilah tanda “✓” pada pilihan yang sesuai dengan pendapat Bapak / Ibu / Sdr / i

Contoh:

ATRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN				
	SANGAT PENTING	PENTING	CUKUP PENTING	KURANG PENTING	TIDAK PENTING
Kerapian jahitan	V				

ATRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN				
	SANGAT PENTING	PENTING	CUKUP PENTING	KURANG PENTING	TIDAK PENTING
Harga					
Jenis bahan					
Ketebalan/kerapatan bulu					
Pilihan warna					
Model					
Bahan pengisi boneka					
Ketersediaan pilihan ukuran					
Kemiripan boneka dengan figur asli					
Kerapihan jahitan					
Bulu tidak rontok					

**Petunjuk Pengisian:**

Pada bagian ini, Bapak / Ibu / Sdr / i diminta untuk menentukan tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut tertentu pada boneka isi asli Indonesia dan China

- **Tingkat kepuasan** menyatakan seberapa memuaskan, menurut Anda, suatu atribut yang ada di produk tersebut.

Berilah tanda “✓” pada pilihan yang sesuai dengan pendapat Bapak / Ibu / Sdr / i. Nilai 5 merupakan nilai yang paling baik sedangkan 1 merupakan nilai yang paling buruk.

ATRIBUT	TINGKAT KEPUASAN									
	INDONESIA					CHINA				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Harga										
Jenis bahan										
Ketebalan/kerapatan bulu										
Pilihan warna										
Model										
Bahan pengisi boneka										
Ketersediaan pilihan ukuran										
Kemiripan boneka dengan figur asli										
Kerapihan jahitan										
Bulu tidak rontok										

**Saran Bapak/Ibu/Saudara**

**Terima Kasih Atas Waktu yang Telah Diberikan Untuk Mengisi Kuisisioner ini.**

