



UNIVERSITAS INDONESIA

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PROFITABILITAS PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH
MEBEL DAN FURNITUR DI MULYOHARJO JEPARA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi

**Weni Syamsu Dhukha
NPM 0706180666**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MAGISTER PERENCANAAN DAN KEBIJAKAN PUBLIK
KEKHUSUSAN MANAJEMEN SEKTOR PUBLIK
DEPOK
JULI 2009**



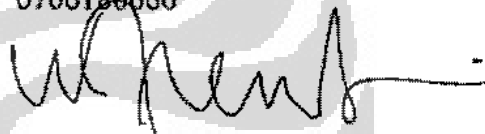
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : WENI SYAMSU DHUKHA

NPM : 0706180666

Tanda Tangan :





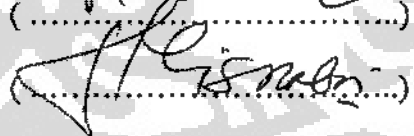
Tanggal : 24 Juli 2009

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Weni Syamsu Dhukha
NPM : 0706180666
Program Studi : Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik
Judul Tesis : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Usaha Kecil Dan Menengah Mulyoharjo Jepara

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi pada Program Studi Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : DR. Andi Fahmi Lubis (.....) 
Penguji : DR. Mahyus Ekananda (.....) 
Penguji : Darlis Rabai, SE, MA (.....) 

Ditetapkan di : DEPOK

Tanggal : 24 JULI 2009

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT Sang Maha Cinta, junjunganku Kanjeng Nabi Muhammad SAW, sahabatnya, ahlul ba'itnya dan para penerus risalahnya. sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penulisan tesis yang berjudul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo Jepara** sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Ekonomi pada Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia dapat diselesaikan.

Sebagai manusia, kekurangan dan kesalahan adalah potensi dan awal dari sebuah keinginan untuk maju, dalam penyusunan tugas akhir ini pun penulis menyadari segala keterbatasan yang dimiliki. Untuk itu hormat dan rasa terimakasih paling dalam kepada Dr. Andi Fahmi Lubis yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir ini.

Ucapan terimakasih juga kepada seluruh pihak atas bantuan dan dukungan yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. B. Raksaka Mahi, selaku Ketua Program Studi Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (MPKP FE-UI);
2. Ibu Hera Susanti, SE., M.Sc., selaku Sekretaris Program Studi MPKP FE-UI;
3. Para Pengajar pada Program Studi MPKP FE-UI, khususnya Bapak Dr. Ir. Bima H. Wibisana yang selalu memberikan pencerahan kepada kami.
4. Bapak DR. Mahyus Ekananda dan Bapak Darlis Rabai, SE. MA terimakasih atas kebaikan hatinya
5. Pemerintah daerah Kabupaten Jepara, serta para Pengrajin di Mulyoharjo yang telah bersedia direpotin dengan pertanyaan.
6. Seluruh Staf Program Studi MPKP FE-UI, Bapak Haris, Ibu Siti, Ibu Keke, Ibu Ira, Bang Asep serta yang lainnya yang selalu bersedia membantu seluruh keperluan kami,

7. Seluruh Sahabat-sahabat terbaik angkatan XVII Pagi Depok yang banyak memberikan inspirasi dan semangat, semoga persahabatan yang terasa asam, asin pahit serta manis akan menjadi kenangan yang selalu indah untuk dikenang dan pahit untuk dilupakan menjadi teman sepanjang perjalanan kita nanti. Buat bidadariku” Tya” dikesunyian
8. Ibundaku tercinta Hj. Srikanti dan Ayahandaku tersayang (Aim). Kasmingun Jayadi, terimakasih atas doa pengorbanan, kasih sayang dan cinta yang selalu mengalir, adindaku terkasih Twotik Lestaringtyas dan Dadang Sanjaya Atmaja, Keponakanku tercantik Keysa Alya Lestari Atmaja, Mahesa Djenar Nuril Azmi serta Adindaku Abdulloh....Aku cinta *panjenengan* semua
9. Bapak KH. Abdurahman Ad-Dakhil Wahid dan Keluarganya yang telah memberi ruang untuk belajar agama di Pesantren Al Munnawaroh, Bapak KH. Muhamad Mustofa dan keluarganya yang tidak bosan untuk memberikan bimbingan cara mengaji yang benar, Bapak KH. Lukmanul Hakim dan keluarganya serta Bapak KH. Sholahudin Abdul Jalil Mustaqim dan Keluarganya yang telah membantu “menata” hatiku menuju arah yang benar. Serta keluarga Arif Fahrudin Jepara terimakasih atas bantuannya. Semoga Alloh SWT membalas semua kebaikan *panjenengan* semua dengan kebaikan yang lebih baik
10. Sahabat-sahabat terbaik, M. Haris H, Purwidianto, M. Fahmi, Mr. Bowe, Rohmad, Nizam, Agus, Polenk serta temen di Ciganjur Syaiful A, Gus Nadjib, Maftuhan, dan bapak- ibu yang ada disekitar orang tua saya serta yang lainnya yang tak mungkin penulis sebut satu persatu. Tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, karenanya kritik dan saran akan sangat diharapkan sehingga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukan. **“Tidak ada balasan kebaikan kecuali dengan kebaikan pula” dan kebaikan yang sejati hanya akan terlahir dari cinta yang sejati.**

Depok, 24 Juli 2009



(Weni Syamsu Dhukha)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Weni Syamsu Dhukha
NPM : 0706180666
Program Studi : Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik
Departemen : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Jenis Karya : Tesis

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

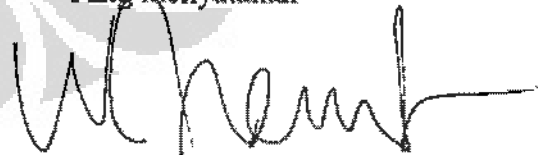
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Sentra UKM Mulyoharjo Jepara.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan 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 : 24 Juli 2009

Yang menyatakan



(Weni Syamsu Dhukha)

ABSTRAK

Nama : Weni Syamsu Dhukha
Program Studi : Program Pasca Sarjana Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik
Judul : Faktor-Faktor yang berpengaruh terhadap Profitabilitas Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo Jepara

Tesis ini membahas tentang Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo Jepara. Variabel yang digunakan berdasarkan landasan teori dan penelitian-penelitian yang sebelumnya dan disesuaikan dengan kondisi di lapangan adalah internasionalisasi yang diproxy dengan besarnya ekspor, ukuran usaha, lama usaha, kredit serta pemakaian internet. Hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa, internasionalisasi, ukuran usaha, lama usaha, kredit berpengaruh secara signifikan terhadap Profitabilitas yang diperoleh oleh unit Usaha. Sedangkan penggunaan internet tidak berpengaruh secara signifikan. Dengan demikian maka penelitian ini menyarankan agar ekspor perlu ditingkatkan, demikian pula pemberian pinjaman fasilitas kredit dari lembaga keuangan formal terutama perbankan juga perlu ditingkatkan, sedangkan penggunaan internet tidak perlu dilakukan.

Kata kunci:

Profitabilitas, IKM, ekspor, ukuran usaha, lama usaha, kredit, internet, Mulyoharjo Jepara

ABSTRACT

Name : Weni Syamsu Dhukha
Study Program : Postgraduate Program Master's in Public Policy and Planning
Title : Factors Influence the Profitability of Small and Medium sized Furnitur in Mulyoharjo Jepara

This thesis discusses factors influencing the Profitability of Small and Medium sized Furnitur in Mulyoharjo Jepara. The variables to be used are based on theoritical, previously conducted research and are adjusted to the condition of object, namely export, size of firm, age of firm, external financial and use of internet. The result of this research concludes that export, size of firm, age of firm and external financial significantly influence the profitability of unit of Small and Medium sized Furnitur. Meanwhile, the use of internet does not significantly influence it. Therefore, the research recommends that export should to be increased especially by expanding new export destinations. That granting of external financial facility from official financial institutions particulary banks should be increased and that the use of internet is not necessary.

Key Words:

Profitability, Small and Medium Sized Furnitur, export, firm size, firm age, external financial, internet Mulyoharjo, Jepara

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	9
1.2 Perumusan masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penulisan	10
1.5 Hipotesa.....	11
1.6 Batasan Masalah.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	13
2. TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Pengertian Profitabilitas	15
2.1.1 Faktor-Faktor Penentu Profitabilitas Perusahaan	15
2.2 Definisi UKM.....	18
2.2.1 Peran UKM dalam Perekonomian	19
2.2.2 Permasalahan UKM	20
2.3. Pengertian Ekspor.....	23
2.4 Pengertian Ukuran Usaha	24
2.5 Pengertian Ukuran Umur Usaha.....	25
2.6 Pengertian Kredit.....	26
2.7 Pengertian Internet	28
2.8 Penelitian Sebelumnya	30

3. METODE PENELITIAN	33
3.1 Metode Pengumpulan Data	33
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Rancangan Model.....	35
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	38
3.5 Metode Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.6 Uji Model	41
3.7 Uji Asumsi Klasik	42
3.8 Uji Ramsey RESET	45
4 HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskriptif Sampel Penelitian.....	47
4.2 Analisa Hasil Regresi	54
4.3 Analisa Ekonomi	59
5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR REFERENSI.....	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Banyaknya Unit Usaha Pada Masing-Masing Sentra Usaha di Kecamatan Kota Jepara tahun 2007.....	8
Tabel. 4.1. Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	55
Tabel. 4.2. Hasil Uji F. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan.....	57
Tabel. 4.3. Nilai Koefisien Korelasi antar variabel Independen.....	58
Tabel. 4.4. Hasil Uji Ramsey RESET.....	59
Tabel 4.5 Rata-Rata Profitabilitas yang Diperoleh oleh UKM yang Ekspor dan Domesitik	61

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1.	Penyerapan Tenaga Kerja secara Nasional pada Usaha Kecil dan Menengah Periode 2005-2007 dalam Jumlah Orang.....	3
Gambar 1.2.	Kontribusi UKM Terhadap Ekspor Nasional Periode 2002-2006 dalam persen	4
Gambar 1.3.	Perkembangan UKM di Jepara Menurut Jumlah Unit Usaha ..	6
Gambar 1.4	Penyerapan Tenaga Kerja UKM Mebel dan Furnitur selama Periode 2005-2008 dalam Jumlah Orang	7
Gambar 1.5.	Perkembangan Ekspor Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Kabupaten Jepara tahun 2005-2008 dalam US\$	7
Gambar 4.1.	Prosentase Pengrajin yang melakukan Ekspor pada tahun 2008	48
Gambar 4.2.	Komposisi Pengusaha Berdasarkan Tingkat Pendidikan pada Responden yang terpilih menjadi Sampel	48
Gambar 4.3.	Komposisi Tenaga kerja yang Terpilih menjadi Sampel Berdasarkan tingkat pendidikan yang ditempuh.....	50
Gambar.4.4.	Kategori Jenis Usaha Berdasarkan Jumlah Karyawan	50
Gambar.4.5.	Prosentase Jumlah Pengrajin yang Mendapatkan Fasilitas Kredit dari Perbankan..	52
Gambar.4.6.	Komposisi Unit Usaha Berdasarkan Legalitas Usaha.....	53
Gambar.4.7.	Komposisi Pengrajin berdasarkan Penggunaan Fasilitas Internet	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Hasil Penelitian Terhadap 46 Responden yang Terpilih Menjadi Sampel	71
Lampiran 2. Hasil Regresi Linier Berganda.....	73
Lampiran 3. Hasil Uji White Heterokedasticity No Cross Terms.....	74
Lampiran 4 Hasil Uji White Heterokedasticity Cross Terms	75
Lampiran 5. Hasil Uji Autokorelasi	76
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas	77
Lampiran.7. Hasil Uji Ramsey RESET.....	78
Lampiran 8 Kata Pengantar Permohonan Pengisian Kusioner	79
Lampiran 9 Kuisisioner Penelitian.....	80

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan utama dari pembangunan ekonomi adalah selain menciptakan pertumbuhan ekonomi yang setinggi-tingginya juga berupaya mengurangi tingkat kemiskinan, ketimpangan pendapatan dan tingkat pengangguran atau berupaya menciptakan lapangan pekerjaan bagi penduduk. Kesempatan kerja bagi penduduk atau masyarakat akan menghasilkan peningkatan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Todaro, 1997). Oleh karena itu pembangunan yang dilaksanakan harus meliputi berbagai subsektor perekonomian termasuk Usaha Kecil dan Menengah.

Di banyak negara di dunia pembangunan dan UKM merupakan salah satu motor penggerak yang krusial bagi pertumbuhan ekonomi. Salah satu karakteristik dari dinamika dan kinerja ekonomi yang baik dan laju pertumbuhan yang tinggi di negara-negara Asia Timur dan Tenggara yang dikenal dengan nama *New Industrializing Countries* seperti Korea Selatan, Singapura dan Taiwan adalah kinerja UKM mereka yang sangat efisien, produktif dan memiliki tingkat daya saing yang tinggi. UKM di negara-negara tersebut sangat responsif terhadap kebijakan-kebijakan pemerintahannya dalam pembangunan sektor swasta dan peningkatan pertumbuhan ekonomi yang berorientasi ekspor. Pada negara-negara tersebut kontribusi yang diberikan oleh UKM terhadap ekspor nasional mencapai 32% dan 40% dari nilai output dari sektor industri manufaktur dari negara tersebut. Dibeberapa negara di kawasan Afrika perkembangan dan pertumbuhan UKM, termasuk usaha mikro sekarang ini sangat penting untuk menaikkan output agregat dan kesempatan kerja (Tambunan, 2000).

Di Indonesia, UKM merupakan salah satu bagian dalam perekonomian di sektor riil disamping industri besar. Industri besar dikelola dengan manajemen

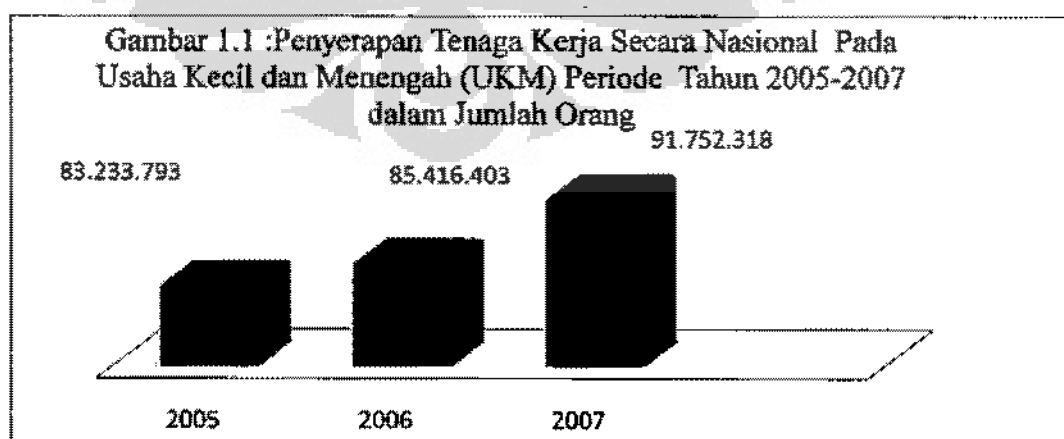
yang baik, pangsa pasar yang luas, padat modal dan padat teknologi. Sedangkan UKM lebih dikatakan sebagai aktivitas ekonomi produksi yang dikelola dengan skala yang kecil dan lebih cenderung padat karya dan dengan modal yang tidak besar (Rianto, dkk, 2005).

Perkembangan UKM di Indonesia mulai menunjukkan taraf perbaikan mulai dekade era 80-an, dimana pada saat itu usaha yang dilakukan pada umumnya bergerak dari sektor informal setelah dilakukan proses pembinaan lebih lanjut oleh pemerintah sektor informal tersebut mulai meningkat menjadi usaha berskala kecil

UKM di Indonesia menjadi salah satu sektor yang diperhitungkan dalam perekonomian Indonesia pada dewasa ini, terutama pasca krisis ekonomi dan moneter tahun 1997 yang menyebabkan bangkrutnya industri besar dan perbankan. Pasca krisis ekonomi dan moneter tersebut UKM justru mampu bertahan dan tumbuh bahkan dalam tahap pemulihan ekonomi UKM justru memberikan kontribusi terhadap pendapatan nasional, berperan dalam penyerapan tenaga kerja serta terhadap ekspor nasional. Argumentasi ini didasarkan pada fakta empiris yang menunjukkan bahwa kelompok usaha ini mempekerjakan lebih banyak orang dibandingkan dengan kelompok usaha besar. Tahun 2000 yang lalu lebih dari 66 juta orang bekerja di usaha kecil atau sekitar 99,44% dari jumlah kesempatan kerja yang ada atau mengalami kenaikan sebesar 12,04%, atau sekitar 7,2 juta orang dibandingkan tahun 1999. Dalam bentuk sumbangan terhadap PDB (atas harga berlaku), Usaha Kecil menyumbang sekitar 40% terhadap pembentukan PDB nasional, sementara untuk Usaha Menengah pada tahun 2000 menyumbang sekitar 16,3% dari PDB nasional (Tambunan, 2002). Fakta tersebut menunjukkan bahwa betapa pentingnya UKM untuk menunjang perekonomian nasional dan juga berperan sebagai suatu motor penggerak yang sangat krusial bagi pembangunan ekonomi dan komunitas lokal. Saat ini UKM juga memiliki peran baru yang lebih penting yakni sebagai salah satu faktor utama pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekspor non migas dan sebagai industri pendukung yang membuat komponen dan *spare part* untuk industri besar (Tambunan, 2002).

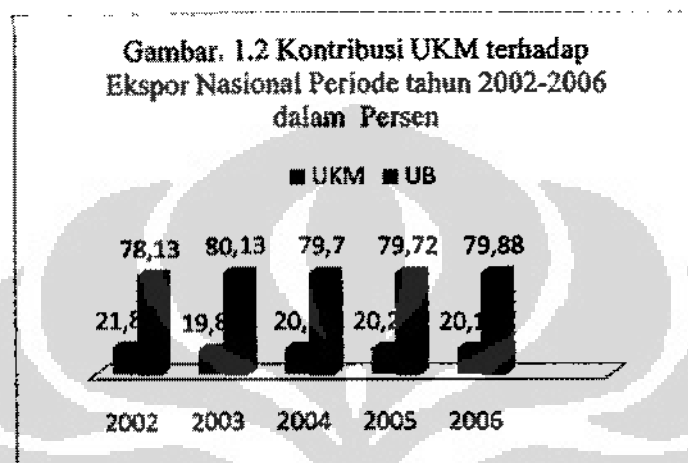
Sampai saat ini pun peran dari UKM masih cukup dominan dan mengalami perkembangan dalam menopang pembangunan ekonomi nasional. Data tahun 2006 menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan oleh UKM terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto cenderung mengalami peningkatan jika dibandingkan pada tahun 2005 yaitu mengalami pertumbuhan sebesar 5,4 %. Nilai PDB UKM atas harga berlaku mencapai Rp. 1.778,7 triliun atau meningkat sebesar Rp. 287,7 triliun dari tahun 2005 yang nilainya sebesar Rp. 1.491,2 triliun serta memberikan kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 53,3 Persen. Sedangkan data tahun 2007 nilai PDB nasional atas harga berlaku dari Usaha Kecil dan Menengah mencapai Rp. 2.121,3 triliun dengan jumlah populasi mencapai 4,8 juta unit usaha atau 99,99 persen dari total usaha di Indonesia (Kementrian Negara Koperasi dan UKM, 2008)

Dalam hal penyerapan tenaga kerja, peran UKM juga sangat besar. Hal terbukti dengan banyaknya jumlah tenaga kerja yang terserap pada sektor ini. Pada tahun 2005 penyerapan tenaga kerja mencapai 83.233.793 orang atau mencapai 96, 28 persen dari total penyerapan tenaga kerja yang ada. Untuk tahun 2006, UKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 85.416.403 orang atau 96, 18 persen dari total penyerapan tenaga kerja yang ada. Untuk tahun 2007 jumlah tenaga kerja yang terserap pada UKM mencapai 91.752.318 orang atau mencapai kisaran 97, 3% terhadap keseluruhan tenaga kerja yang mencapai 94,3 juta pekerja. (Gambar 1.1)



Sumber: Biro Pusat Statistik 2008

Potensi lain dari pentingnya pengembangan Usaha Kecil dan Menengah adalah kontribusi sektor ini terhadap penerimaan ekspor nasional meskipun kontribusi yang diberikan sampai saat ini masih jauh dibawah industri berskala besar. Pada UKM penyumbang terbesar sektor non migas adalah industri pengolahan terutama garmen, tekstil, produk tekstil dan sepatu.



Sumber: Kuncoro (2008) dalam pembiayaan UKM, diolah

Melihat begitu pentingnya peran UKM bagi perekonomian nasional maka harus dilakukan upaya untuk menumbuhkembangkan UKM. UKM akan tumbuh dan berkembang dengan baik jika profitabilitas yang diperoleh oleh UKM tersebut mengalami peningkatan. Oleh karena itu harus dicari faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi peningkatan profitabilitas dari UKM itu sendiri.

Menurut Acs *et al* (1997) salah satu upaya yang harus dilakukan agar profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha mengalami peningkatan maka perusahaan tersebut harus melakukan internasionalisasi. Satu tahap awal dari internasionalisasi adalah kemampuan perusahaan tersebut dalam melakukan ekspor. Hal ini menurut Karagozoglu dan Lindell (1998) karena ekspor akan membuat suatu perusahaan mampu beroperasi diberbagai pasar sehingga dengan sendirinya akan meningkatkan penjualan dari produk yang dibuat oleh perusahaan itu sendiri yang pada akhirnya akan menyebabkan suatu unit usaha mampu untuk menciptakan skala ekonomi (Qian & Li, 2001).

Faktor lain yang mampu untuk meningkatkan profitabilitas dari UKM menurut Coeper *et al* (1994) adalah perlunya tambahan modal, khususnya tambahan modal dari lembaga keuangan formal, karena semakin tinggi tambahan modal yang diperoleh oleh UKM maka total modal yang dimiliki oleh UKM juga akan meningkat semakin besar (Qian & Li, 2001).

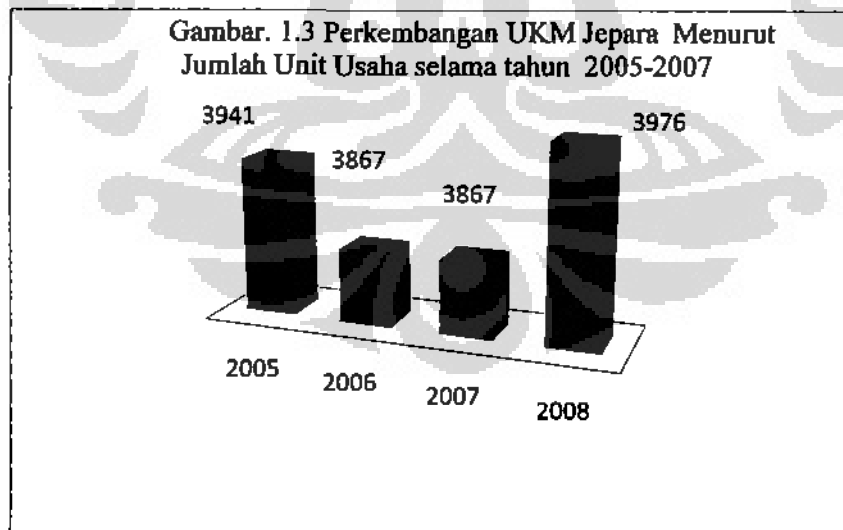
Variabel lain yang juga sangat erat kaitannya dengan peningkatan profitabilitas dari UKM menurut Morck dan Yeung (1991) adalah upaya untuk melakukan promosi terhadap produk dari UKM (Qian & Li, 2001). Promosi merupakan salah satu bagian dari upaya untuk menciptakan *brand name*, memperkenalkan produk kepada konsumen, sehingga membuat konsumen tersebut berkeinginan untuk membeli produk yang dibuat oleh perusahaan (Qian & Li, 2001). Dengan berkembangnya teknologi informasi pada saat ini banyak media yang bisa digunakan untuk melakukan kegiatan promosi. Salah satu media tersebut adalah internet. Internet telah terbukti mampu meningkatkan profitabilitas pada Usaha Kecil dan Menengah Wine di Australia. Unit usaha yang menggunakan fasilitas internet tersebut memperoleh profitabilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan unit usaha yang belum menggunakannya. Peningkatan profitabilitas ini diperoleh dari peningkatan omplah penjualan yang semakin besar (Sellito *et al.*, 2003).

Faktor selanjutnya yang tidak kalah pentingnya dalam rangka meningkatkan profitabilitas dari UKM adalah perlu adanya kemajuan teknologi dalam produksi (Tambunan, 2000).

Kabupaten Jepara merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah. Sektor UKM yang sudah identik dengan Jepara adalah kerajinan ukir. Menurut sejarah karya seni ukir pertama kali di Jepara terdapat di masjid Mantingan yang dibangun tahun 1559 M. Ukiran tersebut dipahatkan pada batu putih yang bermotif bunga. Ukiran batu itu merupakan karya seniman dari China yang bernama Tji Wie Gwan yang kemudian oleh Ratu Kalinyamat dianugerahi nama Sungging Badar Duwung artinya ahli ukir dengan batu dan tatah.

Kerajinan Ukir tersebut kini telah berkembang menjadi Usaha Kecil dan Menengah. UKM tersebut kemudian terkenal sebagai UKM Mebel dan Furnitur. Perkembangan UKM Mebel dan Furnitur di Jepara mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Baik dari segi jumlah unit usaha maupun penyerapan tenaga kerja serta memberikan kontribusi yang besar terhadap ekspor produk daerah Jepara yang pada akhirnya menjadikan Jepara terkenal memiliki *positioning* sebagai pusatnya kerajinan ukir di Indonesia. Bahkan di pasar internasional, produk ukir Jepara dikenal sebagai ukiran berkualitas dengan detail dan *finishing* yang halus (Kertajaya, 2005).

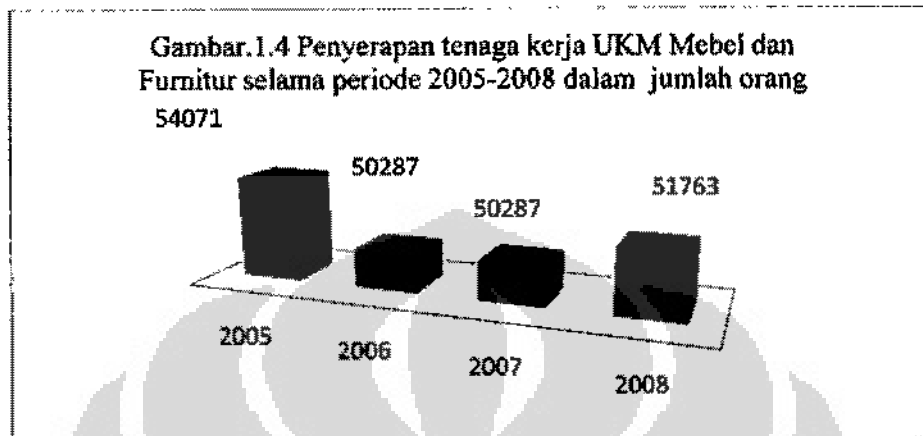
Menurut catatan pemerintah kabupaten Jepara tahun 2004 di Jepara terdapat 3.539 unit produksi usaha mebel dan furnitur. Jumlah tersebut merupakan unit usaha yang terdaftar pada dinas perindustrian dan perdagangan kabupaten Jepara. Diluar itu diperkirakan masih terdapat 15.000 unit usaha kecil. Dari total usaha mebel dan furnitur yang ada, Jepara mampu menyerap sekitar 85.000 tenaga kerja (Kertajaya, 2005). Pada tahun berikutnya meskipun mengalami fluktuasi namun UKM Jepara mengalami *trend* perkembangan yang cukup baik jika dilihat dari banyaknya jumlah UKM Mebel dan Furnitur yang ada di Gambar .1.3



Sumber : Disperindag Kab. Jepara 2009

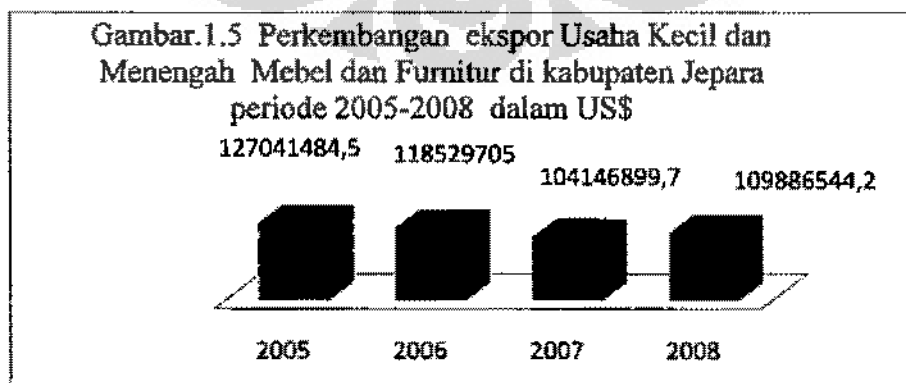
Sedangkan kontribusi yang diberikan oleh UKM Mebel dan Furnitur terhadap penyerapan tenaga kerja yang ada juga sangat besar. Menurut data resmi

laporan yang dikeluarkan oleh Disperindag kabupaten Jepara. UKM Mebel dan Furnitur menyerap tenaga kerja selama periode empat tahun terakhir adalah sebesar. (Gambar. 1.4)



Sumber: data Disperindag Kab. Jepara 2009

Potensi yang paling fenomenal dan menjadi bagian dari *trade mark* tersendiri bagi Jepara adalah kemampuan UKM Mebel dan Furniturnya dalam menembus pasar internasional. Meskipun dalam beberapa tahun belakangan ini nilai eksportnya mengalami penurunan dibandingkan masa keemasannya yaitu periode 1998-2000, terutama pasca krisis global yang melanda dunia khususnya Amerika Serikat dan Uni Eropa yang merupakan pasar tradisional dari produk Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur. Berikut ini adalah perkembangan ekspor Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur pada periode empat tahun terakhir adalah sebagai berikut. (Gambar.1.5)



Sumber: data Disperindag Kab. Jepara diolah

Usaha Mebel dan Furnitur tersebut tersebar di beberapa kecamatan di Jepara. Salah satu kecamatan adalah kecamatan kota Jepara. Kecamatan kota Jepara sendiri keberadaan UKM Mebel dan Furnitur terbagi dalam beberapa sentra usaha. Sentra-sentra usaha tersebut terlihat pada tabel dibawah ini. Namun data dibawah ini tidak semuanya merupakan UKM Mebel dan Furnitur karena BPS kabupaten Jepara tidak mengeluarkan data yang spesifik mengenai jumlah UKM Mebel dan Furnitur pada masing-masing sentra usaha tetapi mebel dan furnitur memberikan kontribusi diatas 50 persen dari total UKM di kecamatan kota Jepara. Tabel.1

Tabel. 1.1. Banyaknya jumlah unit usaha pada masing-masing sentra usaha di kecamatan kota Jepara tahun 2007.

Sentra	usaha Besar	usaha sedang	Usaha kecil	Usaha rumah tangga
Karangkebagusan	1	2	4	2
Demaan	-	2	22	7
Kauman	-	-	2	1
Panggung	-	2	12	6
Potroyudan	-	4	57	8
Bapangan	1	2	140	20
Saripan	-	1	52	12
Jobokuto	-	-	13	27
Ujungbatu	-	-	8	18
Pengkol	-	2	27	14
Mulyoharjo	-	7	288	36
Kuwasen	-	3	225	29
Bandengan	3	6	122	29
Wonorejo	2	1	204	27
Kedungcino	-	1	165	48

Sumber: BPS kecamatan kota Jepara 2007

Mulyoharjo kecamatan kota Jepara merupakan salah satu wilayah yang termasuk kedalam sentra usaha kerajinan ukiran di Jepara dan merupakan cikal bakal tumbuhnya kerajinan ukiran di kabupaten Jepara serta merupakan sentra UKM terbesar di Kecamatan Jepara bila dilihat dari jumlah unit usaha yang ada. Untuk memenuhi selera pasar baik itu dari dalam negeri maupun luar negeri saat ini sentra UKM ini tidak hanya memproduksi ukiran tetapi juga memperluas sektor usahanya dengan memproduksi, patung, relief, mebel, souvenir serta kerajinan akar kayu.

UKM Mebel dan Furnitur merupakan sumber ekonomi yang utama di wilayah ini. Hal ini karena sebagian besar penduduk di wilayah ini bermata pencaharian sebagai pengrajin dan tenaga kerja. Jumlah unit usaha di Sentra ini pada tahun 2007 diperkirakan mencapai sekitar 150 pengrajin dengan jumlah tenaga kerja yang ada mencapai kurang lebih sekitar 750 orang dan nilai aset mencapai sekitar 10 Milyar rupiah pertahun (Organisasi Central Industri, 2007). Melihat begitu pentingnya peran UKM bagi perekonomian Mulyoharjo khususnya dan kabupaten Jepara secara umum maka profitabilitas dari UKM Mebel dan Furnitur harus terus ditingkatkan. peningkatan profitabilitas ini dimaksudkan agar UKM Mebel dan Furnitur senantiasa eksis dan terus berkembang. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi profitabilitas dari unit usaha pada UKM Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo Jepara.

1.2 Perumusan Masalah

Keberadaan sentra UKM Mebel dan furnitur Mulyoharjo merupakan salah satu sentra UKM Mebel dan furnitur terbesar di wilayah kecamatan Jepara dan menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama bagi penduduk setempat baik sebagai pemilik maupun pekerja dan berperan sebagai salah satu basis perekonomian khususnya bagi Mulyoharjo dan Jepara pada umumnya. Oleh karena itu peningkatan Profitabilitas dari UKM ini harus terus dilakukan agar pertumbuhan dan perkembangan UKM terus meningkat dari waktu ke waktu. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang

mempengaruhi peningkatan profitabilitas dari unit UKM Mebel dan Furnitur di sentra UKM Mulyoharjo Jepara.

1.3 Tujuan Penelitian

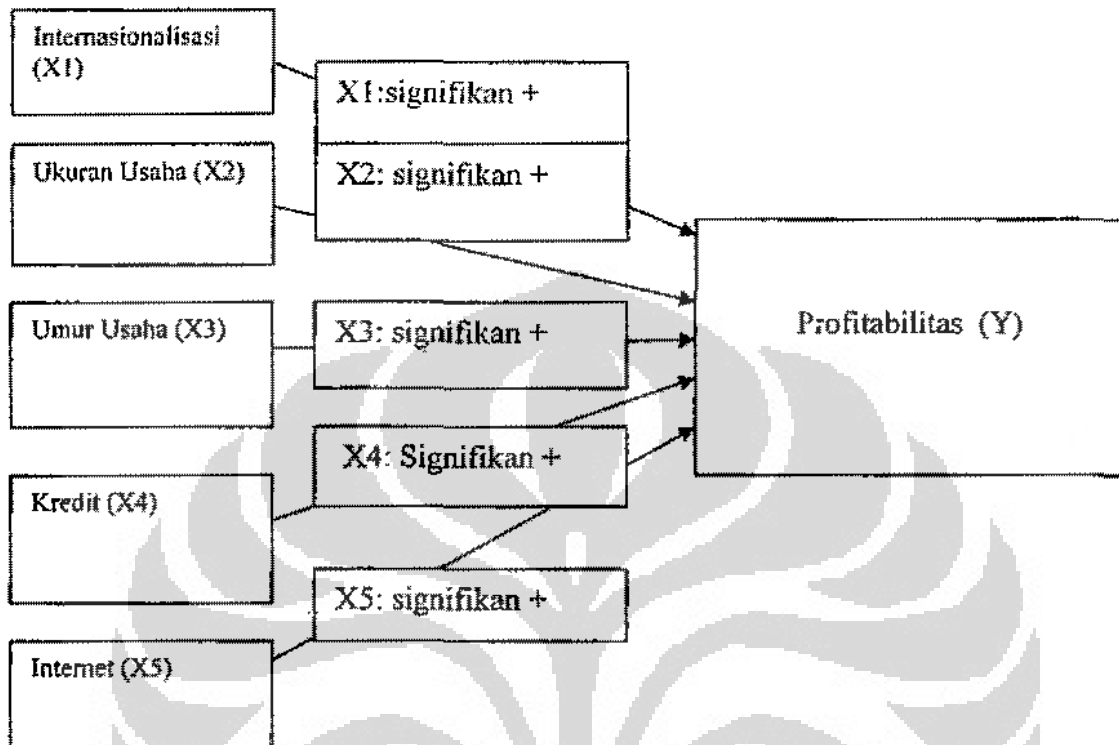
1. Untuk mengetahui apakah internasionalisasi, ukuran usaha, lama usaha, kredit serta pemakaian internet berpengaruh terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha pada sentra Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur Mulyoharjo kecamatan Jepara kabupaten Jepara
2. Memberikan rekomendasi strategi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di sentra Usaha Kecil dan Menengah Mulyoharjo kabupaten Jepara agar perkembangan UKM Mebel dan furnitur berkembang secara berkesinambungan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan masukan khususnya bagi pengrajin disentra UKM Mulyoharjo Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara, sehingga profitabilitas yang diperoleh khususnya usaha yang masih berskala kecil dan rumah tangga bisa ditingkatkan sehingga keberlangsungan sentra usaha di sentra UKM ini akan terus berkembang dan mampu dijadikan sebagai sumber ekonomi bagi masyarakat setempat serta meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian Jepara.
2. Memberikan masukan bagi pemerintah daerah kabupaten Jepara dalam upaya mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur
3. Memberikan informasi bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan strategi pengembangan UKM Mebel dan Furnitur

1.5 Hipotesa



- Internasionalisasi (X1)

Internasionalisasi diduga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh unit unit usaha pada UKM Mebel dan Furnitur karena membuat Usaha Kecil dan Menengah lebih inovatif karena lebih banyak melakukan R &D, menguasai pasar domestik menciptakan skala ekonomi melalui peningkatan penjualan keberbagai pasar. internasionalisasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap profitabilitas unit usaha pada sentra Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo kecamatan Jepara.

- Ukuran usaha (X2)

Ukuran usaha diduga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha pada Usaha Mebel dan Furnitur karena dapat meningkatkan volume produksi dan penjualan. Ukuran Usaha mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha pada sentra Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo kecamatan Jepara.

- **Umur usaha (X3)**

Umur usaha diduga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha pada UKM Mebel dan Furnitur karena Lebih banyak jaringan, lebih banyak pengalaman belajar. Lama Usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas unit usaha pada sentra Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo kabupaten Jepara

- **Kredit (X4)**

Kredit diduga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha pada UKM Mebel dan Furnitur karena Menambah modal, meningkatkan daya guna dari modal, meningkatkan kegairahan untuk bekerja, merangsang kegiatan ekspor. Kredit berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas unit usaha pada sentra Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo

- **Internet (X5)**

Internet diduga mempunyai pengaruh yang positif terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha pada UKM Mebel dan Furnitur karena menembus batas-batas geographi, meningkatkan segmentasi melalui perluasan jangkauan yang sebelumnya sulit terjangkau, memperluas keputusan strategi marketing, meningkatkan akuntabilitas usaha-usaha marketing, meningkatkan integrasi antara strategi marketing dan strategi bisnis dan operasionalnya, menciptakan market awareness. Internet berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha pada sentra Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo Kabupaten Jepara

1.6 Batasan Masalah

Batasan masalah yang dianalisis dalam penelitian ini adalah menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas UKM, khusus untuk Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Mebel dan Furnitur yang berada di sentra UKM Mulyoharjo, alasan pemilihan lokasi ini adalah

selain merupakan sentra UKM yang terbesar di kecamatan kota Jepara. Alasan lain adalah menurut Disperindag kabupaten Jepara pengrajin di sentra UKM ini mengetahui langsung berapa jumlah produksi yang diekspor karena para importir langsung datang sendiri ke lokasi sentra usaha atau tanpa melalui pihak ketiga. Hal ini dilakukan supaya bisa meminimalisir adanya bias terhadap data primer yang diperoleh terutama untuk variabel internasionalisasi yang dalam hal ini adalah ekspor. Penelitian ini juga hanya mengukur faktor-faktor yang berpengaruh terhadap profitabilitas dari dalam Usaha Kecil dan Menengah itu sendiri. Variabel yang menentukan profitabilitas dari Usaha Kecil dan Menengah itu sendiri diperoleh dari landasan teori dan hasil-hasil penelitian sebelumnya khususnya penelitian yang dilakukan oleh Qian dan Li (2001), serta disesuaikan dengan kondisi objek penelitian. Berdasarkan hal tersebut dipilih variabel internasionalisasi, ukuran usaha, lama usaha, kredit serta internet yang diduga memiliki pengaruh terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh masing-masing unit usaha.

Sehingga nantinya diharapkan ada penelitian lain yang meneliti objek penelitian dengan skala yang lebih luas dan variabel yang lebih banyak, dari yang sudah ada karena perkembangan teknologi dan perkembangan zaman mungkin banyak dari faktor lain yang masuk yang nantinya berpengaruh terhadap profitabilitas dari UKM itu sendiri.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk membahas permasalahan sehingga dapat diidentifikasi serta dapat mengambil keputusan dan memberikan saran, maka tulisan ini dibuat secara sistematis dengan kerangka-kerangka teoritis dan langkah-langkah sebagai berikut:

BAB I. Pendahuluan

Pendahuluan dimaksudkan untuk mengetahui latar belakang masalah yang ada dan digunakan sebagai latar belakang mengapa karya tulis ini dibuat. Latar belakang masalah berisi tentang bagaimana

identifikasi masalahnya dan selanjutnya bagaimana permasalahan tersebut dirumuskan.

BAB III. Landasan Teori

Berisi tentang teori yang berkaitan dengan Usaha Kecil dan Menengah. Pada bab ini akan diuraikan pula secara teoritis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas Usaha Kecil dan Menengah yang dalam hal ini diukur berdasarkan profitabilitas yang diperoleh.

BAB. III. Metodologi Penelitian

Berisi tentang alur pikir untuk penyelesaian permasalahan, dimulai dari gambaran umum penelitian. Metode yang digunakan serta langkah-langkah yang dilakukan, mulai dari identifikasi penentuan variabel-variabel penelitian, pengumpulan data baik primer maupun sekunder.

BAB IV. Analisa dan Pembahasan

Pembahasan ini dimulai dari gambaran umum tentang Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Jepara kemudian dilanjutkan dengan gambaran umum kondisi UKM di Mulyoharjo yang terpilih menjadi sampel. Lalu dilanjutkan dengan melakukan analisis regresi linier berganda. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang sudah dipilih dan dimasukkan kedalam model yang berpengaruh terhadap profitabilitas. Pada bab ini juga akan dibahas kenapa variabel tersebut berpengaruh.

BAB. V Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dari masalah yang dibahas dan dari hasil akhir yang didapat, sebagai dasar untuk memberikan saran/ rekomendasi kebijakan dari Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur Mulyoharjo Kabupaten Jepara.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Profitabilitas

Setiap perusahaan atau unit usaha dalam melakukan aktivitasnya bertujuan untuk memaksimalkan profitabilitas yang diperoleh. Profitabilitas dalam suatu perusahaan digunakan untuk mengetahui tingkat kinerja dari perusahaan. Perusahaan dikatakan memiliki kinerja yang baik jika dalam laporan keuangannya mendapatkan profitabilitas sesuai dengan target yang ditetapkan sebelumnya (Mulyadi, 2001). Definisi Profitabilitas menurut Porter (1985) dalam Qian dan Li (2001) adalah sebagai berikut:

Profitability can be defined as differences between cost and returns when a firm provides certain products or services

2.1.1 Faktor-Faktor Penentu Profitabilitas Perusahaan

Tujuan utama suatu perusahaan atau unit usaha adalah mempertahankan kelangsungan hidup, melakukan pertumbuhan serta meningkatkan profitabilitasnya. menurut Cool dan Schendel (1998) suatu perusahaan akan memperoleh profitabilitas yang tinggi adalah ketika perusahaan tersebut tidak hanya bisa menciptakan suatu produk, tetapi perusahaan harus tahu alasan kenapa produk itu diciptakan artinya bahwa ketika perusahaan ingin menciptakan suatu produk mereka harus mengetahui bahwa produk itu pada akhirnya akan laku untuk dijual atau memiliki pangsa pasarnya sendiri (Qian & Li, 2001). Hal ini menurut Grant (1991) menyebabkan produk tersebut mampu menciptakan keunggulan kompetitif (*competitif advantages*) yang berkelanjutan, keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan akan menyebabkan perusahaan tersebut memperoleh profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjadi kompetitornya (Qian & Li, 2001). Agar perusahaan tersebut

mampu menciptakan keunggulan kompetitif secara terus menerus maka hal-hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan ada tiga cara (Qian & Li, 2001):

- a. Cost Leadership, Differensiasi dan Fokus (Porter, 1995) dalam Qian dan Li (2001).

Cost leadership dan diferensiasi menyarankan bahwa setiap perusahaan harus berbeda dengan perusahaan lain yang menjadi kompetitornya baik dari biaya maupun kualitas produk yang dihasilkan. Diferensiasi produksi yaitu menciptakan komoditas sejenis tetapi berbeda karakteristiknya dengan produksi perusahaan-perusahaan lain yang menjadi kompetitornya (Sugiarto, dkk, 2005:426).

Strategi Diferensiasi menjadikan perusahaan melakukan inovasi lebih awal dari pada perusahaan-perusahaan lain yang menjadi kompetitornya dan ini membuat perusahaan tersebut hambatan bagi perusahaan lain untuk memasuki pasar. Fokus artinya bahwa perusahaan harusnya menciptakan suatu produk yang memiliki keunggulan atau memiliki ciri khas pada pasar atau segmen tertentu. Perusahaan akan kesulitan untuk *survive* dari para pesaingnya jika strategi ini tidak mampu dilakukan oleh perusahaan.

- b. Menciptakan Skala Ekonomi untuk mengurangi biaya (Hamel & Prahalad, 1994) dalam Qian dan Li (2001)

Apabila suatu perusahaan sudah mampu menciptakan skala ekonomi maka hal tersebut menjadi penghambat bagi perusahaan-perusahaan baru untuk memasuki pasar. Hal ini karena perusahaan yang sudah mampu mencapai skala ekonomi membuat biaya produksi perunit untuk memproduksi barang tersebut semakin rendah. Sekiranya permintaan dalam pasar itu bertambah, perusahaan yang sudah menciptakan skala ekonomis akan memiliki kesempatan yang lebih baik dalam memenuhi permintaan tersebut, karena mereka dapat menambah produksi dan pada waktu yang sama mereka dapat menikmati turunnya biaya produksi (Sugiarto, dkk, 2005:464).

Keuntungan lain dari terciptanya skala ekonomis adalah bahwa perusahaan tersebut mampu menjual produk yang sama dengan harga yang

lebih rendah dari harga pada produk yang sama dari perusahaan lain. Internasionalisasi suatu perusahaan menjadi sangat penting untuk menciptakan skala ekonomi karena dengan internasionalisasi perusahaan tersebut akan beroperasi diberbagai pasar sehingga dengan sendirinya akan meningkatkan penjualan dari produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut (Karagozoglu dan Lindell, 1998) dalam Qian dan Li (2001)

- c. Positioning dan kemampuan untuk melakukan inovasi (D'Aveni 1994; Ghemawat, 1986; Grant, 1991) dalam Qian dan Li (2001)

Menurut Lambkin dan Day (1989) positioning suatu produk merupakan hasil manifestasi dari *brand name* atau *brand image positioning* sendiri terbentuk karena adanya *market awareness* yaitu adanya keinginan atau kesadaran konsumen untuk membeli produk dari perusahaan tersebut, terutama ketika produk yang dihasilkan itu daur hidupnya pendek (Qian & Li, 2001). Pada saat produk baru itu dibuat untuk menggantikan produk yang lama, para pelanggan harus mengetahui bahwa produk baru yang diluncurkan tersebut sangat terbatas jumlahnya. Sehingga para pelanggan akan membeli sebanyak-banyaknya produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Menurut Saloner *et al* (2001) tingginya *market awareness* akan membawa perusahaan memperoleh tempat utama dalam suatu pasar dan mampu menciptakan harga pasar yang tinggi pada produk yang dibuat melebihi harga produk yang sama dari perusahaan pesaing (Qian & Li, 2001). Sedangkan D'Aveni (1994) menyatakan bahwa kemampuan untuk melakukan inovasi berhubungan dengan kemampuan suatu perusahaan untuk melakukan inovasi secara terus-menerus melebihi perusahaan lain yang menjadi kompetitornya (Qian & Li, 2001). Apabila inovasi ini bisa dilakukan secara kontinu maka perusahaan tersebut akan memperoleh beberapa keuntungan antara lain:

- Perusahaan tersebut akan mampu memasuki pasar lebih cepat dari perusahaan pesaingnya serta mempunyai kualitas produk yang melampaui kualitas produk dari perusahaan yang menjadi pesaingnya (Ghemawat, 1996) dalam Qian dan Li (2001)

- Perusahaan dapat membuat produk dari perusahaan yang menjadi pesaing menjadi tidak mampu untuk bersaing, atau menjadi hambatan masuk bagi perusahaan pesaing (*barriers to entry*) karena peningkatan kualitas produk yang dihasilkan lebih baik dari dibandingkan dengan kualitas produk yang dimiliki oleh perusahaan pesaingnya (Saloner et al., 2001) dalam Qian dan Li (2001)
- Inovasi akan menciptakan perkembangan teknologi yang lebih baik dari perusahaan dan ada kalanya merupakan sumber dari kekuatan untuk menciptakan monopoli. Dengan demikian perusahaan-perusahaan tersebut memperoleh kekuasaan monopoli melalui keunggulan teknologi, penyelidikan serta pengembangan teknologi secara terus menerus merupakan syarat untuk menciptakan monopoli (Sugiarto dkk, 2005: 380).

2.2 Definisi UKM

Berbeda dengan istilah industri dalam ilmu ekonomi yang berarti kumpulan perusahaan yang sejenis, maka dalam penelitian ini menggunakan definisi dari BPS yakni perusahaan /usaha industri adalah unit kesatuan produksi yang terletak disuatu tempat tertentu dan melakukan kegiatan merubah barang dasar(barang mentah) menjadi barang setengah jadi/ menjadi barang jadi atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya.

Pengertian Usaha Kecil di Indonesia masih sangat beragam. Bank Indonesia mendefinisikan Usaha Kecil berdasarkan asetnya. Menurut Bank Indonesia yang dimaksud dengan industri kecil adalah usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan) bernilai kurang dari Rp. 600 juta. Sedangkan menurut Kadin yang dimaksud dengan usaha kecil adalah usaha yang memiliki modal kurang dari dari Rp.150 juta dan memiliki nilai usaha kurang dari. 600 juta

Menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS), usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. BPS mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu (1) industri rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja 1-4 orang; (2) industri kecil dengan pekerja 5-19 orang; (3) industri

menengah dengan pekerja 20-99 orang; (4) industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih (BPS, 1999)

Departemen Perindustrian dan Perdagangan memberikan batasan Usaha Kecil dengan membedakannya menjadi kelompok industri kecil dan perdagangan kecil. Industri kecil adalah kelompok usaha yang memiliki investasi peralatan di bawah Rp. 70 juta, investasi pertenaga kerja maksimal Rp. 625 ribu. Jumlah tenaga kerja 20 orang, serta memiliki aset perusahaan tidak lebih dari Rp. 100 juta. Sedangkan perdagangan kecil digolongkan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang usaha produksi yang memiliki modal maksimal Rp. 200 juta

Definsi Usaha Kecil menurut Undang-undang No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp. 1 milyar dan memiliki kekayaan bersih tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, paling banyak Rp. 200 juta (Sudisman dan Sari, 1996:5)

Menurut World Bank (1998) Usaha Kecil dan Menengah adalah usaha yang melibatkan tenaga kerja antara 5 sampai dengan 199 orang. Sementara *European Commission* sebagaimana disampaikan oleh Mulhren (1995) mendefinisikan usaha Kecil dan Menengah sebagai perusahaan yang memiliki pekerja di bawah 500 orang. Usaha Kecil dan Menengah selanjutnya dibedakan menjadi 3 kategori yaitu (1) usaha mikro dengan jumlah pekerja kurang dari 10 orang (2) usaha kecil dengan pekerja 10 sampai 99 orang dan usaha menengah dengan pekerja 100 sampai dengan 499 orang (Indarti & Lagenberg, 2002)

2.2.1 Peran UKM dalam perekonomian

Menurut Berry *et al* (2001:113) Setidaknya ada tiga hal yang mendasari negara berkembang memandang penting keberadaan UKM (Tambunan, 2002)

1. Kinerja UKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif
2. Sebagai bagian dari dinamikannya, UKM sering mencapai peningkatannya melalui investasi dan perubahan teknologi
3. UKM memiliki keunggulan dalam fleksibilitas ketimbang usaha besar.

Sedangkan menurut Griffin dan Erbet (1996) peranan usaha Kecil dan Menengah adalah:

1. Sebagai pencipta lapangan kerja
2. Sumber inovasi dan pendukung usaha besar

Kuncoro (2000:15) juga menyebutkan bahwa UKM di Indonesia telah menanamkan penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha dan mendukung pendapatan rumah tangga.

Salah satu hal yang disimpulkan bahwa pengembangan UKM adalah salah satu langkah menuju terwujudnya ekonomi kerakyatan. Berbagai alasan dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Pengalaman empiris menunjukkan bahwa UKM memberikan sumbangan yang sangat besar pada kemampuan ekonomi rakyat. Hal ini berkaitan dengan kemampuan sektor ini dalam menyediakan lapangan kerja.
2. Suatu kenyataan bahwa UKM lebih menyebar secara geografis, karena itu dengan pembangunan sektor UKM, konsep pemerataan dapat diwujudkan. Distribusi pendapatan akan lebih adil dan pembangunan ekonomi kerakyatan akan lebih terlaksana. Dengan penanganan secara serius, dua masalah politis sekaligus dapat ditangani.
3. Masalah ketidakmampuan industri kecil menghadapi dominasi industri besar dapat di benahi. Konsep industrialisasi yang bias dengan pabrik-pabrik besar yang produknya dapat diekspor juga berangsur dapat dirubah.

2.2.2 Permasalahan UKM

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) antara lain:

a. Faktor Internal

1. Kurangnya permodalan

Kurangnya permodalan UKM, karena pada umumnya UKM merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup yang mengandalkan modal dari pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena

persyaratan secara administratif dan teknis yang sulit dipenuhi oleh pemilik usaha.

2. Sumber daya manusia yang terbatas

Keterbatasan sumberdaya (SDM) yang terbatas baik dari segi pendidikan formal maupun ketrampilan sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sangat sulit untuk berkembang secara optimal. Disamping itu dengan keterbatasan sumber daya manusianya, usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

3. Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan untuk melakukan penetrasi pasar.

UKM pada Umumnya memiliki jaringan yang sangat terbatas dan kemampuan untuk melakukan penetrasi pasar yang rendah oleh karenanya produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif.

b. Faktor Eksternal

1. Iklim yang belum sepenuhnya kondusif

Kebijakan pemerintah untuk menumbuhkembangkan UKM dari tahun ketahun harus disempurnakan. Namun dirasakan belum kondusif. Hal ini terlihat dengan masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha kecil dengan pengusaha besar.

2. Terbatasnya sarana dan prasarana wilayah.

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan sarana dan prasarana yang dimiliki juga tidak cepat untuk berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya.

3. Implikasi otonomi daerah

Perubahan sistem ini akan berdampak terhadap pelaku UKM berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada UKM. Jika kondisi ini tidak segera diperbaiki maka akan menurunkan daya saing UKM. Disamping itu

semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang kurang kondusif bagi pengusaha luar daerah untuk membuka usaha di daerah tersebut.

4. Implikasi perdagangan bebas

Dalam hal ini UKM dituntut melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta menghasilkan produk yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000) isu HAM dan isu ketenagakerjaan. Isu ini sering digunakan secara tidak *fair* oleh negara maju sebagai hambatan (*non tariff barrier to trade*) bagi masuknya produk dari negara sedang berkembang di pasaran internasional.

5. Sifat produk dengan *lifetime* pendek

sebagian besar produk UKM memiliki karakteristik produk-produk fashion dan kerajinan dengan *lifetime* yang pendek

6. Terbatasnya akses pasar

Terbatasnya akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar domestik maupun mancanegara.

Berdasarkan pengamatan pusat konsultasi pengusaha kecil Universitas Gajah Mada, permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha kecil dikategorikan dalam dua kelompok:

Pertama, bagi PK dengan omset kurang dari Rp 50 juta umumnya tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga kelangsungan hidup usahanya. Bagi mereka, umumnya asal dapat berjualan dengan "aman" sudah cukup. Mereka umumnya tidak membutuhkan modal yang besar untuk ekspansi produksi, biasanya modal yang diperlukan sekedar membantu kelancaran *cashflow* saja. Bisa dipahami bila kredit dari BPR-BPR, BKK, TPSP (Tempat Pelayanan Simpan Pinjam-KUD) amat membantu modal kerja mereka

Kedua, bagi PK dengan omset antara Rp 50 juta hingga Rp 1 milyar, tantangan yang dihadapi jauh lebih kompleks. Umumnya mereka mulai memikirkan untuk melakukan ekspansi usaha lebih lanjut. Urutan prioritas permasalahan yang dihadapi oleh PK jenis ini adalah (Kuncoro, 1997): (1)

Masalah belum dipunyainya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik karena belum dipisahkannya kepemilikan dan pengelolaan perusahaan; (2) Masalah bagaimana menyusun proposal dan membuat studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman baik dari bank maupun modal ventura karena kebanyakan PK mengeluh berbelitnya prosedur mendapatkan kredit, agunan tidak memenuhi syarat, dan tingkat bunga dinilai terlalu tinggi; (3) Masalah menyusun perencanaan bisnis karena persaingan dalam merebut pasar semakin ketat; (4) Masalah akses terhadap teknologi terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan/grup bisnis tertentu dan selera konsumen cepat berubah; (5) Masalah memperoleh bahan baku terutama karena adanya persaingan yang ketat dalam mendapatkan bahan baku, bahan baku berkualitas rendah, dan tingginya harga bahan baku; (6) Masalah perbaikan kualitas barang dan efisiensi terutama bagi yang sudah menggarap pasar ekspor karena selera konsumen berubah cepat, pasar dikuasai perusahaan tertentu, dan banyak barang pengganti; (7) Masalah tenaga kerja karena sulit mendapatkan tenaga kerja yang terampil.

2.3 Ekspor

Ekspor menurut Undang-undang no 17 tahun 2006 kepabeanan Ekspor adalah mengeluarkan barang dari daerah pabean.

Menurut Kotler dan G. Amstrong (1996) ekspor merupakan bentuk paling sederhana dalam sistem perdagangan internasional dan merupakan suatu strategi dalam memasarkan produk keluar negeri selanjutnya bahwa perusahaan mengekspor produksinya secara atau membuat komitmen untuk aktif untuk memperluas ekspor kepasar tertentu. (diterjemahkan oleh Sindoro (1997:257),

J. Keegan (1987: 61) menjelaskan bahwa ekspor adalah memasok pelanggan disuatu negara atau luar negeri dengan produk yang dibuat di negara lain.

North (1964) mengatakan bahwa ekspor berperan penting dalam pembangunan daerah karena sektor tersebut dapat memberikan kontribusi yang penting dalam perekonomian daerah (1) ekspor akan secara langsung meningkatkan pendapatan faktor-faktor produksi dan pendapatan daerah (2) perkembangan ekspor akan meningkatkan terhadap permintaan produksi lokal

(*residential industry*) yaitu industri yang produknya dipakai untuk melayani pasar daerah.

Perloff dan Winggo (1964) mengemukakan tentang *resources base theory* yang merupakan perluasan dari teori ekspor base, bahwa perkembangan suatu ekspor di suatu daerah peranannya besar sekali dalam pembangunan ekonomi daerah. Teori *resources base* dalam analisisnya menekankan pada (1) pentingnya kekayaan alam suatu daerah dalam pembangunan daerah yang bersangkutan. (2) faktor-faktor yang mempengaruhi efek pengganda dari ekspor kepada seluruh perekonomian daerah.

Kegiatan ekspor merupakan tahap awal dari suatu perusahaan untuk melakukan internasionalisasi dan faktor yang sangat penting dalam sebuah perekonomian termasuk dalam kegiatan produksi, karena dengan adanya pasar ekspor suatu kegiatan usaha dapat memperluas pangsa pasarnya yang tidak hanya terbatas pada pasar domestik tetapi juga mampu menjangkau pasar internasional.

Usaha Kecil dan Menengah yang mampu menembus pasar internasional memiliki profitabilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan UKM yang belum internasionalisasi (Acs et al., 1997). Selain itu menurut data yang di peroleh oleh United Nations (1993) menyatakan bahwa Usaha Kecil dan Menengah yang telah mampu menembus pasar internasional cenderung lebih inovatif karena lebih banyak melakukan R&D dan juga memiliki produksi yang lebih banyak dipatenkan. Keuntungan lain yang didapat dari internasionalisasi usaha adalah mereka mampu menguasai lebih besar pasar domestik sebesar 38%, serta mampu menguasai keseluruhan pasar sebesar 30% dari produk yang sama (Acs et al., 1997). Internasionalisasi juga dapat menjadi bagian yang sangat penting dalam menciptakan skala ekonomi, melalui peningkatan volume penjualan dalam berbagai pasar (Karagozoglu & Linddel, 1998) dalam Qian dan Li (2001). Fakta ini juga diperkuat oleh berbagai penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh, Roperti (1999), Qian dan Li (2001), Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Becchetti dan Trovatto (2002), yang menyimpulkan bahwa internasionalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas dari Usaha Kecil dan Menengah.

2.4 Ukuran Usaha

Salah satu indikator yang sering digunakan untuk mengukur besarnya suatu unit usaha adalah dengan melihat kondisi keuangan maupun jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh unit usaha tersebut. Jumlah tenaga kerja lebih sering digunakan karena indikator ini mudah untuk diukur dan biasanya lebih mudah untuk dipublikasikan dari pada kondisi keuangan dari unit usaha tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan mengambil kesimpulan yang hampir seragam bahwa besarnya unit usaha (*firm size*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja dari usaha itu sendiri. Penelitian tersebut diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Roperti (1999) melakukan studi terhadap 1853 perusahaan skala kecil yang berada di Irlandia dalam kurun waktu 1993-1994. mendeteksi bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Qian dan Li (2001) yang melakukan studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas UKM juga mendeteksi bahwa ukuran usaha (*firm size*) berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas dari unit usaha tersebut. Penelitian lain yang terkait dengan pengaruh ukuran usaha terhadap kinerja UKM adalah penelitian yang dilakukan oleh Becchetti dan Trovatto (2002) yang melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang perkembangan UKM yang menggunakan indikator pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah yang mempunyai jumlah tenaga kerja antara 10 sampai dengan 50 orang dan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah adalah ukuran usaha.

2.5. Umur Usaha (*Firm Age*)

Umur perusahaan diukur berdasarkan mulainya perusahaan itu berdiri sampai saat penelitian ini dilakukan. Biasanya umur perusahaan dikaitkan dengan pengetahuan dan keahlian, kemampuan manajemen yang lebih baik serta memiliki jaringan yang lebih luas. Kondisi ini memungkinkan perusahaan tersebut akan cenderung lebih eksis dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain yang sejenis. Semakin lama umur perusahaan juga memungkinkan usaha tersebut semakin memiliki kurva belajar yang lebih dibandingkan dengan perusahaan yang relatif lebih muda umurnya. adanya kurva belajar yang lebih pada unit usaha

tersebut akan membuat suatu unit usaha akan mampu mengurangi biaya yang ada terutama biaya produksi karena semakin sedikit jam untuk produksi yang dibutuhkan, makin rendah biaya marginal dan biaya rata-rata produksi (Pindyck & Rubinfeld, 2007). Dengan semakin rendahnya biaya yang diperlukan untuk melakukan proses produksi memungkinkan suatu usaha memperoleh profitabilitas yang lebih tinggi. Penelitian yang telah dilakukan oleh Qian dan Li (2001), Becchetti dan Trovatto (2002) memperoleh hasil bahwa umur usaha (*firm Age*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Roperti (1999) memperoleh kesimpulan yang sebaliknya.

2.6. Kredit

Kredit berasal dari bahasa Yunani “*Credere*” yang berarti kepercayaan (*trust* atau *faith*). Dengan demikian seseorang yang memperoleh kredit pada dasarnya adalah memperoleh kepercayaan (Sinungan, 1995, hal 2). Dalam bab I ayat 12 undang-undang no. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang merumuskan definisi kredit sebagai berikut: “Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan” (Muljono, 2001, hal. 10).

Raymond P. Kent dalam buku karangannya *Money and Banking* mengatakan bahwa “kredit adalah hak untuk menerima pembayaran atau kewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu diminta, atau pada waktu yang akan datang, karena penyerahan barang-barang sekarang” (Thomas, dkk, 1993, hal 12).

Sedangkan dalam kamus Hukum-Ekonomi kredit didefinisikan kecakapan atau kelayakan seseorang atau suatu perusahaan untuk mendapatkan pinjaman uang, penyediaan uang atau tagihan- tagihan yang dapat disamakan dengan itu berdasarkan pinjam meminjam antara kreditur dengan debitur (Elly dan Badudu, 1996)

Oleh karena itu kredit berkaitan dengan tenggang waktu yaitu pembayaran dimasa yang akan datang, maka kredit mengandung resiko. Bagi si pemberi kredit resiko yang dihadapi adalah kemungkinan tidak menerima kembali prestasi (uang) yang diberikan. sedangkan bagi penerima kredit ketika kemungkinan tidak mampu melunasi adalah dikenakan sanksi sesuai dengan perjanjian yang telah di sepakati.

Dengan melihat uraian diatas maka pengertian kredit mengandung unsur- unsur sebagai berikut:

- a. Kepercayaan, artinya kredit diberikan atas dasar kepercayaan dan keyakinan penuh bahwa prestasi yang diberikan akan diterima kembali dimasa yang akan datang.
- b. Periode waktu yaitu antara pemberian prestasi dan pengembaliannya dibatasi oleh suatu masa atau waktu tertentu. Dalam hal ini terkandung nilai agio uang bahwa uang sekarang lebih bernilai dari uang dimasa yang akan datang.
- c. Resiko, artinya bahwa pemberian kredit mengandung suatu tingkat resiko, dimasa tenggang adalah masa yang abstrak. Resiko bagi pemberi karena uang/jasa atau telah lepas kepada orang lain.
- d. Prestasi yaitu diberikan dapat berupa barang jasa atau uang. Dalam perkembangan perkreditan di era modern ini, maka yang dimaksud dengan prestasi dalam pemberian kredit adalah uang.

Bila dilihat dari fungsi kredit menurut Sinungan (1995) didalam kehidupan perekonomian dan keuangan dalam garis besarnya antara lain :

- a. Kredit dapat meningkatkan *utility* (daya guna) dari modal/ uang yaitu para pengusaha menikmati kredit dari bank untuk memperluas atau memperbesar usahanya baik untuk peningkatan produksi, baik untuk usaha-usaha rehabilitasi ataupun memulai usaha baru.
- b. Kredit menimbulkan kegairahan berusaha masyarakat, yaitu bantuan permodalan untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.
- c. Kredit sebagai jembatan untuk peningkatan pendapatan nasional yaitu untuk meningkatkan usaha dan profit, juga merangsang kegiatan ekspor yang akan menghasilkan pertambahan devisa bagi negara.

Dalam kaitannya dengan pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya UKM masih dihadapkan pada berbagai kendala diantaranya:

a. Rendahnya kemampuan manajemen UKM

Manajemen keuangan salah satu kendala yang paling banyak ditemukan terutama dalam mekanisme pencatatan keuangan. Pencatatan keuangan yang sistematis dan transparan seringkali belum terpenuhi untuk kepentingan lembaga keuangan

b. Rendahnya aksesibilitas kepada bank.

Kurangnya informasi tentang perbankan beserta produk yang ditawarkan, mempengaruhi UKM untuk akses ke bank. Peran sosialisasi atau tenaga fasilitator atau konsultan Pembina dibutuhkan untuk meningkatnya kemudahan akses ke bank.

c. Jaminan kredit tidak mencukupi

Kelayakan usaha adalah bagian dari jaminan kredit bila ada kekurangan dalam mencukupi resiko kredit perlu dilakukan jaminan tambahan (agunan). Pengusaha mikro dan kecil secara umum belum memiliki legalitas usaha. Oleh karenanya menjadi hambatan dalam proses pengikatan kredit untuk menutupi resiko. Program sertifikasi aset pengusaha mikro dan kecil berupa tanah dan bangunan mampu mengeliminasi ketidakcukupan jaminan kredit.

d. Adanya gap suplai kredit

Besaran kredit produktif UKM relatif masih lebih kecil dibandingkan dengan kredit konsumtif. Gap suplai kredit menciptakan keterbatasan UKM memperoleh kredit dikarenakan ketersediaan plafon yang ada terbatas.

2.7 Internet

Salah satu hal terpenting dalam upaya untuk mengembangkan kegiatan usaha adalah melalui penguasaan teknologi informasi. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang saat ini teknologi informasi

dapat dijadikan sebagai salah satu alat untuk melakukan pemasaran (*marketing*). Salah satu media yang sangat penting dalam rangka untuk melakukan pemasaran adalah media internet (*Internet Marketing*). Penggunaan internet sebagai sarana untuk pemasaran atau marketing menjadi sangat penting karena mampu menembus batas-batas geograpi, selain itu perusahaan juga dapat menjangkau segmen-segmen pelanggan yang sebelumnya sulit untuk dijangkau. Ditambah lagi dengan semakin beragam dan meningkatnya pelanggan internet, sehingga menjadi suatu kesempatan bagi suatu industri atau perusahaan untuk memasarkan produknya lewat media ini (Mohammed et al., 2002: 91).

Keuntungan lain dari penggunaan internet marketing adalah adanya kesempatan dari unit usaha untuk menyesuaikan produk mereka dengan keinginan dari konsumen dibandingkan dengan media lain. Dengan secara bertahap membangun profil konsumen, perusahaan pada akhirnya akan mampu menjangkau para pelanggan individu. Internet juga menyediakan cara yang cepat dan mudah bagi unit usaha untuk berkomunikasi dengan para pelanggannya (Sellito et al., 2006)

Mohammed et al (2002: 97) dalam bukunya yang berjudul *Internet Marketing Building Advantages in Networked Economy* menyatakan bahwa internet akan selalu mempunyai dampak terhadap strategi marketing oleh perusahaan melalui empat cara:

1. Meningkatkan segmentasi

Dengan semakin menurunnya biaya penggunaan internet, industri-industri akan dapat lebih akurat untuk melakukan segmentasi terhadap pelanggan-pelanggannya.

2. Mempercepat keputusan strategi marketing

Marketing strategi juga disebabkan oleh kecepatan informasi yang didapat oleh bagian pemasaran melalui internet. Sebagai contohnya, jika dulu para marketing dan jajaran manajemen memerlukan waktu sebulan sekali untuk melakukan strategi marketing. Saat ini pelanggan dapat berinteraksi balik dan berkomunikasi secara terus menerus dan lebih cepat melalui internet. Sebagai hasilnya perencanaan strategi marketing dapat berubah lebih cepat dan fleksibel dari sebelumnya. Ditambah lagi

marketing dapat mengambil keputusan dalam waktu yang tepat tentang strategi pemasaran mana yang paling efektif. Jika marketing melakukan penawaran tentang beberapa produk unggulan, marketing langsung dapat melihat melalui data statistik di internet produk mana yang paling diminati oleh pelanggan. Sehingga dalam waktu yang tepat marketing dapat mengganti produk yang kurang diminati oleh pelanggan dengan produk lain yang lebih disukai.

3. Meningkatkan akuntabilitas usaha-usaha marketing

Informasi yang didapatkan akan lebih cepat dan lebih mudah didalam pemasaran. Hasilnya akuntabilitas dari strategi marketing akan meningkat, membuat marketing lebih sukses dan transparan. Kegagalan dan kesuksesan masa lalu akan menjadi koreksi dan diperlukan sebagai bagian dari strategi internet marketing yang baik.

4. Meningkatkan integrasi antara strategi marketing dan strategi bisnis serta operasionalnya

Strategi marketing akan meningkat dan terintegrasi dengan berbagai fungsi yang lain dalam suatu organisasi. Oleh karena itu strategi marketing diperlukan bersama dengan strategi bisnis dan operasionalnya. Dengan adanya *mix* strategi ini keuntungan akan diperoleh dari berbagai aspek. Sehingga pemasaran akan terintegrasi dengan operasional serta tujuan perusahaan dalam skala yang lebih luas.

2.8 Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas dari Usaha Kecil dan Menengah sudah banyak dilakukan baik itu di dalam maupun luar negeri. Roperti (1999) melakukan penelitian tentang perusahaan skala kecil dan menengah terhadap perusahaan kecil di Irlandia dalam kurun waktu 1993 sampai 1994 dengan menggunakan model ekonometrika. Jumlah jumlah perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 1853. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dari UKM yang menggunakan indikator pertumbuhan penjualan dan profitabilitas untuk mengukur kinerja. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pertumbuhan penjualan dan profitabilitas

dipengaruhi secara signifikan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam melakukan ekspor. Selain itu penelitian ini juga mendeteksi bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Sedangkan umur perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan penjualan dan profitabilitas.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Qian dan Li (2001) yang melakukan studi terhadap Industri Kecil dan Menengah Bioteknologi yang menggunakan Profitability sebagai indikator untuk mengukur kinerja keberhasilan menemukan bahwa Profitabilitas Industri Kecil dan Menengah Bioteknologi dipengaruhi secara signifikan oleh adanya inovasi (*innovator position*), *Niche operation*, Kemampuan perusahaan tersebut dalam menembus pasar internasional (ekspor), ukuran perusahaan (*firm size*), kemampuan perusahaan tersebut dalam mengambil resiko (*Firm Risk*), *Past performace* artinya apabila *performance* masa lalu perusahaan itu baik (untung) maka profitabilitas yang diperoleh lebih besar dari pada yang *performance* masa lalu perusahaan tersebut tidak baik (rugi), kredit (*firm leverage*) yang dalam hal ini diukur berdasarkan proporsi kredit terhadap total modal yang dimiliki juga berpengaruh secara signifikan artinya perusahaan yang proporsi kreditnya besar memiliki profitabilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan perusahaan yang proporsi kreditnya lebih kecil atau yang tidak kredit sama sekali. Sedangkan iklan (*Market Awareness*) yang dilakukan oleh perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas yang diperoleh artinya perusahaan yang lebih banyak mengeluarkan biaya untuk iklan profitabilitas tidak berbeda dengan perusahaan yang tidak beriklan atau pengeluaran untuk iklannya relatif kecil.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Becchetti dan Trovatto (2002) yang melakukan penelitian tentang perusahaan Kecil dan Menengah di Italia. Pada penelitian ini Industri Kecil dan Menengah yang dijadikan sampel adalah Industri Kecil dan Menengah yang memiliki jumlah karyawan antara 10 sampai dengan 50 orang. Hasil temuan dari penelitian ini adalah bahwa pertumbuhan IKM dipengaruhi oleh secara signifikan oleh ukuran usaha dan juga umur perusahaan. Demikian pula kemampuan unit usaha untuk menembus pasar internasional juga berpengaruh secara signifikan terhadap

pertumbuhan usaha itu sendiri. Pemberian kredit (*external financial*) dari lembaga keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

Penelitian lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Hardjamurtjahyo (2007) dkk, yang berjudul Faktor-Faktor penentu Pertumbuhan Industri Kecil dan Menengah: Kasus Pada Industri Keramik dan Gerabah di Kasongan Jogjakarta. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pertumbuhan Industri Kecil dan Menengah dipengaruhi secara signifikan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam menembus pasar internasional (ekspor), artinya pertumbuhan unit Industri yang telah menembus pasar internasional tumbuh lebih cepat jika dibandingkan dengan unit industri yang masih berorientasi pada pasar domestik. selanjutnya penelitian ini juga menemukan bahwa pertumbuhan Industri Kecil dan Menengah tersebut juga dipengaruhi oleh legalitas usaha (Badan Hukum), demikian pula ukuran usaha dan lama usaha juga berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan unit usaha tersebut. Variabel kredit juga berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Pertumbuhan usaha pada penelitian ini diukur selama satu bulan artinya, penelitian ini membandingkan jumlah penjualan bulan pada saat penelitian dengan satu bulan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan model ekonometrika.

* Penelitian lainnya yang erat kaitannya terhadap Profitabilitas Industri Kecil dan Menengah adalah penelitian yang dilakukan oleh Sellito *et al* (2003) penelitian ini mencari dampak dari pemakaian internet oleh Industri Kecil dan Menengah Wine di Australia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Industri Kecil dan Menengah Wine yang menggunakan internet tumbuh lebih besar jika dibandingkan dengan Industri Kecil dan Menengah yang belum menggunakan fasilitas internet. Pertumbuhan ini di stimulan oleh banyaknya pesan melalui internet. sehingga oplah penjualannya semakin meningkat. Penelitian ini juga mencatat bahwa Industri Kecil dan Menengah yang menggunakan fasilitas internet juga diindikasikan lebih inovatif dibandingkan dengan Industri Kecil dan Menengah yang belum menggunakan fasilitas ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian, dimana tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesa merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian, sehingga jawabannya perlu di uji secara empiris dan untuk maksud inilah dibutuhkan pengumpulan data (Gulo et al., 2002). Data yang akan diteliti dan di analisis dalam penelitian ini ada dua data yaitu:

a. Data Primer

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli (Kuncoro, 2003). Pengumpulan data primer dilakukan melalui survey di lapangan dan wawancara langsung dengan pengrajin mebel dan furnitur di Mulyoharjo. Pemilihan sampel dilakukan secara *purposive random sampling* (Sekaran, 2003). Berdasarkan metode tersebut kemudian dilakukan wawancara secara langsung terhadap pemilik UKM yang terpilih menjadi responden. Wawancara didasarkan pada kuisisioner atau daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan. Hal ini dilakukan agar pertanyaan yang diberikan tidak melenceng dari kebutuhan penelitian serta antara wawancara yang dilakukan terhadap satu pengrajin dengan pengrajin yang lainnya diharapkan sama. Wawancara dilakukan pada 46 responden yang telah terpilih menjadi sampel.

b. Data Sekunder

Menurut Henke dan Reitsch pengertian data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna (Kuncoro, 2003). Data sekunder diperlukan sebagai pendukung data primer hasil survey lapangan. Data sekunder di peroleh dari instansi atau dinas-dinas di kabupaten Jepara diantaranya

adalah Disperindag, Bappeda, Organisasi Centra Industri Mulyoharjo serta media lainnya yang terkait dan bisa mendukung penelitian yang dilakukan baik itu cetak maupun elektronik

3.2 Populasi dan Sampel

- a. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di sentra UKM Mebel dan Furnitur Mulyoharjo kecamatan Jepara kabupaten Jepara. Keseluruh populasi dari pengrajin di sentra UKM ini berdasarkan data yang diterbitkan oleh Organisasi Central Industri setempat sebanyak 170 pengrajin. Pengrajin tersebut tersebar diseluruh desa Mulyoharjo. Namun demikian saat ini unit usaha yang masih beroperasi secara aktif berproduksi hanya berkisar 50 unit usaha. Sampel diambil berjumlah 46 pengrajin.

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu *purposive random sampling* yaitu metode pengambilan sampel secara acak berdasarkan lokasi yang telah dituju. Sampel diambil sebanyak 46 responden. Alasan pengambilan sampel sebanyak 46 tersebut karena setelah dilakukan penelitian ke lokasi ternyata banyak dari pengrajin yang tidak memproduksi sendiri barangnya dan hanya memiliki *show room*. Mereka biasanya memesan barang kepada orang lain. Sehingga peneliti kesulitan untuk menghitung jumlah biaya serta karyawan yang dimiliki. Selain itu kondisi Usaha Kecil dan Menengah yang mengalami kelesuan pada beberapa tahun terakhir ini yang mengakibatkan banyak pemilik tidak lagi memiliki karyawan akibat menurunnya kondisi usaha mereka. Oleh karena itu untuk memudahkan penelitian dan menyesuaikan dengan variabel yang dibutuhkan dalam penelitian maka diambil 46 pengrajin sebagai sampel

3.3 Rancangan Model

Model yang akan digunakan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi Profitabilitas UKM Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo Jepara seperti juga model yang digunakan oleh Qian dan Li (2001) serta beberapa teori yang mendukung Acs *et al* (1997) dan Sellito *et al* (2003). Model dari Gongming Qian dan Lee Li (2001) adalah sebagai berikut:

$$\text{Profitability}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{IP}_i + \beta_2 \text{MA}_i + \beta_3 \text{PS}_i + \beta_4 \text{INT}_i + \beta_5 \text{FS}_i + \beta_6 \text{FA}_i \\ + \beta_7 \text{FL}_i + \beta_8 \text{FR}_i + \beta_9 \text{PP}_i + \mu_i$$

Dimana:

- Profitability : Profitabilitas yang diperoleh oleh Industri Kecil dan Menengah Biotechnology
- IP : *Innovator Position*, diukur dengan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk melakukan R&D
- MA : *Market Awareness*, diukur dengan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk iklan
- PS : *Product Scope*, diukur dengan apakah usaha tersebut bermain dalam pasar tertentu atau pasar yang lebih luas dengan kompetisi yang lebih ketat
- INT : *Internasionalisasi*, diukur dengan besarnya penjualan produk keluar negeri
- FS : *Firm Size*, diukur dengan besarnya total penjualan produk yang dihasilkan
- FA : *Firm Age*, diukur berdasarkan lamanya usaha
- FL : *Firm Lverage*, diukur dengan proporsi hutang terhadap modal perusahaan
- FR : *Firm Risk*, diukur dengan standar deviasi neraca keuangan sebelumnya yaitu (1993-1995).
- PP : *Past Performance*, diukur dengan rata-rata neraca keuangan sebelumnya yaitu tahun 1993-1995 sebagai dasar untuk menentukan apakah unit usaha tersebut berada pada *performance* yang baik atau tidak

Pada penelitian ini penulis memasukan variabel internasionalisasi, ukuran, usaha, umur perusahaan, kredit dan internet sebagai variabel yang mempengaruhi profitabilitas IKM Mebel dan Furnitur di Jepara. Sehingga beberapa variabel yang digunakan oleh Gongming Qian dan Lee Li tidak dimasukan kedalam model seperti *Inovator position, niche operation, firm Risk, Past Performance*.

Alasan penulis tidak menggunakan variabel *Inovator position* hal ini karena UKM yang diteliti oleh penulis adalah termasuk dalam kategori industri tradisional. Berbeda dengan UKM yang diteliti oleh Gongming Qian dan Lee Li (2001) yang meneliti tentang UKM *Biotechnology Industries* yang termasuk dalam *Firms in high-tech industries*. Industri tradisional sendiri menurut Kobrin (1991) sebenarnya tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya untuk R&D dibandingkan dengan perusahaan yang bergerak dibidang *high-tech industries* karena daur hidup produk atau *Product Life Cycle* dari industri tradisional relatif panjang dibandingkan dengan perusahaan yang memproduksi teknologi maju atau *Firms in high-tech industries* (Qian dan Li, 2001)

Variabel *Product Scope* juga tidak penulis masukan kedalam model karena hasil UKM Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo sebenarnya tidak mengkhususkan pejualan hasil produksinya pada segmen pasar tertentu. Sedangkan penelitian yang dilakukan Qian dan Li (2001) membagi *product scope* kedalam dua bagian yaitu industri yang beroperasi pada suatu segmen pasar tertentu dan industri yang beroperasi di segmen pasar yang lebih luas.

Untuk *firm Risk* atau kemampuan perusahaan dalam mengambil resiko sendiri juga tidak dimasukan kedalam model karena penulis kesulitan melakukan Proxy terhadap variabel tersebut jika dihubungkan dengan UKM Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo atau Indonesia pada umumnya.

Sedangkan untuk variabel *past performace* sendiri awal penulisan penelitian ini dilakukan, penulis sudah mencoba untuk memasukan variabel tersebut kedalam model dalam bentuk dummy variabel dengan melihat *performance* unit usaha pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2007 apakah mengalami untung atau rugi namun setelah dilakukan beberapa regresi hasilnya tidak bagus dan merusak hasil regresi yang ada. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Qian dan Li (2001) menggunakan rata-rata laporan neraca

keuangan selama tiga tahun sebelumnya yaitu (1993-1995). Dari laporan tersebut bisa diketahui apakah *performance* perusahaan tersebut baik atau tidak. asumsi yang dibuat dalam penelitiannya Qian dan Li (2001) untuk *past performance* adalah bahwa ketika usaha tersebut mengalami *performance* yang kurang baik pada tahun-tahun sebelumnya maka usaha tersebut akan kekurangan atau mengurangi sumberdaya yang ada sehingga profitabilitas yang diperoleh akan cenderung lebih rendah dari pada usaha yang kondisi masa lalunya baik

Penulis juga tidak memasukan variabel teknologi karena ketika penulis melakukan survey awal dilokasi penelitian, para pengrajin mengatakan bahwa teknologi yang mereka gunakan masih sederhana bisa dikategorikan sama antara para pengrajin. Selain itu pengrajin juga mengatakan bahwa sampai saat ini seni ukir itu tidak bisa disubstitusi dengan menggunakan teknologi modern. Sehingga ketiga penulis mencoba untuk mengkategorikan teknologi tersebut kedalam model dalam bentuk variabel dummy, penulis kesulitan untuk mengkategorikan mana yang termasuk dalam kategori teknologi modern dan sederhana

Variabel ukuran usaha oleh penulis digunakan diukur berdasarkan banyaknya jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh masing-masing unit usaha. Penggunaan jumlah tenaga kerja untuk mengukur ukuran usaha juga dilakukan Becchetti dan Trovatto (2002). Sedangkan Qian dan Li (2001) menggunakan total penjualan untuk mengukur besarnya ukuran usaha.

Untuk variabel kredit (*firm Leverage*) penulis menggunakan dummy variabel bernilai 1 jika perusahaan tersebut memperoleh fasilitas kredit dan bernilai 0 jika tidak. Padahal penelitian yang dilakukan oleh Qian dan Li (2001) menggunakan komposisi hutang perusahaan terhadap keseluruhan modal yang digunakan. Alasan penulis memasukan variabel kredit menggunakan bentuk variabel dummy adalah untuk mempermudah penelitian. Penggunaan variabel dummy untuk mengukur pemakaian kredit juga dilakukan oleh Hardjamurtjahyo dkk (2007).

Selain itu penulis juga menggunakan variabel dummy untuk mengukur market awareness. Market awareness sendiri oleh penulis diproxy dengan menggunakan internet. Hal ini dilakukan karena disesuaikan dengan kondisi objek penelitian dimana beberapa unit usaha menggunakan media ini untuk

melakukan pemasaran. Alasan lain penggunaan proxy internet untuk adalah adanya penelitian pendukung seperti penelitian yang dilakukan oleh Sellite *et al* (2003) tentang penggunaan internet untuk meningkatkan kinerja UKM Wine di Australia

Sedangkan market awareness berdasarkan penelitian Qian dan Li (2001) diukur dengan menggunakan indikator pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan tersebut untuk melakukan periklanan. Sehingga model yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 INT_i + \beta_2 FS_i + \beta_3 FA_i + \beta_4 FL_i + \beta_5 MA_i + \mu_i \quad (3.2)$$

Dimana:

- Y : profitabilitas yang diperoleh oleh setiap unit UKM Mulyoharjo tahun 2008
- INT : diproxy dengan besarnya ekspor yang dilakukan oleh setiap unit UKM Mulyoharjo tahun 2008
- FS : diproxy dengan jumlah karyawan yang dimiliki oleh setiap unit UKM Mulyoharjo
- FA : umur perusahaan dari setiap unit UKM Mulyoharjo
- FL : diproxy dengan fasilitas kredit yang diperoleh oleh setiap unit UKM Mulyoharjo
- MA : diproxy dengan penggunaan fasilitas internet yang dilakukan setiap unit UKM Mulyoharjo

Persamaan ini yang akan digunakan dalam analisis empiris untuk menguji arah hubungan antara variabel tersebut. Besarnya pengaruh dari proporsi ekspor, ukuran usaha, lama usaha, kredit dan internet dilambangkan dengan $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$

3.4. Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya

Berdasarkan pokok permasalahan dan tujuan penelitian, maka definisi variabel yang sudah dipilih tersebut di definisikan sebagai berikut:

a. Variabel Dependen (terikat)

Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah profitabilitas dari sampel unit UKM yang terpilih dimana profitabilitas diukur berdasarkan

nilai total penjualan selama satu tahun dikurangi biaya produksi selama satu tahun yaitu pada tahun 2008

b. Variabel Independen (bebas)

Sesuai dengan landasan teori dan penelitian-penelitian yang sudah ada maka serta disesuaikan dengan kondisi yang ada di objek penelitian maka variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Internasionalisasi

Variabel internasionalisasi diukur berdasarkan berapa banyaknya penjualan hasil produksi yang ekspor dari total penjualan selama kurun waktu satu tahun yaitu tahun 2008 dalam bentuk nilai mata uang rupiah.

2. Ukuran Usaha

Besarnya ukuran usaha, pengukurannya berdasarkan atas jumlah tenaga kerja yang dimiliki, pengukuran ini juga banyak dilakukan dalam penelitian tentang UKM baik itu yang dilakukan di dalam negeri maupun diluar negeri seperti Hardjamurtjahyo, dkk (2007), Qian dan Li (2001). Untuk pemakaian tenaga kerja diasumsikan bahwa tidak terjadi perbedaan produktivitas diantara tenaga kerja.

3. Umur Usaha

Umur perusahaan diukur dimulainya perusahaan itu didirikan/ beroperasi sampai tahun 2008

4. Kredit

Merupakan hutang yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dari perbankan maupun lembaga keuangan formal lainnya. Unit usaha dianggap tidak memperoleh kredit apabila kredit tersebut diperoleh dari perseorangan atau bukan lembaga keuangan formal meskipun dalam kenyataannya usaha tersebut mempunyai hutang untuk membiayai produksinya. Pengukuran kredit dilakukan dengan menggunakan variabel dummy.

D bernilai 1 jika unit usaha tersebut mengambil kredit baik itu dari bank maupun koperasi atau lembaga keuangan formal lainnya.

D bernilai 0 jika unit usaha tersebut tidak memperoleh ataupun mengambil kredit dari perbankan serta lembaga keuangan resmi lainnya.

5. Internet

Internet diukur dengan apakah unit usaha tersebut memakai fasilitas internet untuk berhubungan dengan para pelanggannya misalnya untuk memperkenalkan produk atau mempunyai website serta penggunaan fasilitas internet lainnya yang ada kaitannya dengan upaya untuk meningkatkan penjualan produk hasil kerajinan mebel dan furnitur. Internet diproxy dengan menggunakan Variabel dummy.

D bernilai 1 jika unit usaha tersebut menggunakan media internet

D bernilai 0 jika unit usaha tersebut tidak menggunakan media internet.

3.5 Metode Analisis Regresi Berganda

Untuk menjawab pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana variabel internasionalisasi, ukuran usaha, lama usaha, fasilitas kredit dan pemakaian internet berpengaruh terhadap profitabilitas pada UKM Mebel dan Furnitur di sentra UKM Mulyoharjo kecamatan Jepara pada tahun 2008 metode analisis data yang digunakan adalah Metode Analisis Regresi Linier Berganda.

Regresi merupakan alat yang dipergunakan untuk mengukur pengaruh dari setiap variabel perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain digunakan untuk menaksir variabel terikat (Y) setiap ada perubahan variabel bebas (X)

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan analisis hubungan antara satu variabel terikat dengan variabel-variabel bebas. Analisis ini dikerjakan dengan menggunakan program eviews 4.1

Perumusan model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

$$\text{Prof} = \beta_0 + \beta_1 \text{INT}_i + \beta_2 \text{UU}_i + \beta_3 \text{LM}_i + \beta_4 \text{K}_i + \beta_5 \text{I}_i + \mu_i \quad (3.3)$$

Dimana:

β_0 = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = dugaan koefisien regresi

μ = kesalahan pengganggu

3.6. Uji Model

Dari model regresi yang sudah diperoleh, kemudian dilakukan beberapa Uji yaitu:

a. Analisis Koefisien Determinasi atau R^2 Test

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen yang kita pilih sebagai variabel tersebut mampu menjelaskan variabel dependennya (Sugiono, 1999:224)

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y_1 + b_2 \sum X_2 Y_2 \dots + b_n \sum X_n Y_n}{\sum Y^2} \quad (3.4)$$

Dimana:

R^2 = koefisien determinasi

b = Koefisien regresi

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

Nilai R^2 yang didapatkan dari perhitungan berada pada range antara 0 hingga mendekati 1, apabila nilai R^2 semakin mendekati 1 maka variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang semakin kuat dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai R^2 semakin mendekati 0 maka variabel independen semakin lemah pengaruhnya terhadap variabel dependen.

c. Uji F (F-Test)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Supranto, 1993: 257).

H_0 : variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

H_a : variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tingkat signifikansi yang diharapkan adalah $\alpha=5\%$ atau interval keyakinan 95%

Uji F di rumuskan sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)} \quad (3.5)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

K = jumlah variabel dependen

R^2 = koefisien determinasi

Hipotesa di terima atau di tolak apabila:

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ di terima

$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ di tolak

c. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan. Hipotesis yang diajukan untuk uji t adalah sebagai berikut:

H_0 : diterima artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel independen dengan variabel dependen

H_a : diterima artinya secara parsial ada pengaruh yang nyata antara variabel independen dengan variabel dependen. Tingkat signifikansi yang diharapkan adalah

$$\alpha = \frac{5\%}{2} = 0,025 \text{ atau confidence interval } 95\%$$

3.7 Uji Asumsi Klasik

Setelah memperoleh model regresi linier berganda, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah menguji apakah model yang dikembangkan bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Metode ini mempunyai kriteria bahwa pengamatan harus mewakili varians minimum, konsisten dan efisien. Asumsi BLUE yang harus dipenuhi antara lain: tidak ada multikolinearitas, adanya homokedastisitas dan tidak ada autokorelasi

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah pengujian dari asumsi klasik untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas dalam model tidak saling berkorelasi antara satu dengan yang lainnya. Adanya multikolinearitas dapat menyebabkan koefisien tidak dapat ditaksir dengan ketepatan yang tinggi (Gujarati 1995:159). Gejala multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*). Multikolinearitas dianggap tidak

terjadi jika nilai $VIF < 10$. Apabila dalam model terjadi multikolinieritas maka tidak melakukan apa-apa jika di dapatkan nilai R^2 tinggi dan F hitung signifikan.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah kesalahan pengganggu mempunyai varians yang sama. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode White dengan langkah sebagai berikut (Widojarno, 2007:139):

Misalnya persamaannya:

$$AY_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + e_i \quad (3.6)$$

1. Mengestimasi persamaan (3.6) dan menghitung residualnya (\hat{e}_i)
2. Melakukan regresi pada persamaan berikut yang disebut regresi Auxiliary
 - Regresi Auxiliary tanpa perkalian antar variabel independen (*no cross terms*)

$$\hat{e}_i^2 = \alpha_0 + \alpha_1 X_{1i} + \alpha_2 X_{2i} + \alpha_3 X_{3i} + \alpha_4 X_{4i} + v_i \quad (3.7)$$

- Regresi Auxiliary dengan perkalian antar variabel independen (*cross terms*)

$$\hat{e}_i^2 = \alpha_0 + \alpha_1 X_{1i} + \alpha_2 X_{2i} + \alpha_3 X_{1i}^2 + \alpha_4 X_{2i}^2 + \alpha_5 X_{1i}X_{2i} + v_i \quad (3.8)$$

Dimana nilai \hat{e}_i^2 merupakan residual kuadrat yang kita peroleh dari persamaan (3.6). Jika kita mempunyai lebih dua variabel independen maka variabel independen dalam persamaan (3.7) maupun persamaan (3.8) akan lebih banyak. dari persamaan dan kita dapatkan nilai koefisien determinasi (R^2)

3. Hipotesis nol dalam uji ini adalah tidak ada heterokedastisitas. Uji White didasarkan pada jumlah sampel (n) dikalikan dengan R^2 yang akan mengikuti Chi-Squares dengan degree of freedom sebanyak variabel independen tidak termasuk konstanta dalam regresi auxiliary. Nilai hitung statistik Chi-Squares (χ^2) dapat dicari dengan formula sebagai berikut:

$$n R^2 \approx \chi_{df}^2 \quad (3.9)$$

4. Jika nilai Chi-Squares hitung ($n R^2$) lebih besar dari pada nilai χ^2 kritis dengan derajat kepercayaan tertentu (α) maka ada heterokedastisitas dan sebaliknya jika Chi-Squares hitung lebih kecil dari nilai χ^2 kritis menunjukkan tidak adanya heterokedastisitas.

Apabila dalam model regresi yang dihasilkan tidak terdapat homokedastisitas maka Langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mengatasinya adalah:

1. Ketika varian variabel gangguan diketahui (σ^2)

Ketika varian variabel gangguan diketahui maka penyembuhan heterokedastisitas bisa dilakukan melalui Metode Weighted Least Squares (WLS) yang merupakan bentuk khusus dari Generalized Least squares (GLS). Dari metode WLS ini akhirnya kita bisa mendapatkan estimator yang BLUE kembali.

2. Ketika varian variabel gangguan tidak di ketahui (σ^2)

Dalam kenyataannya sulit kita untuk mengetahui besarnya varian variabel gangguan. Oleh karena itu dikembangkanlah metode penyembuhan yang memberi informasi yang cukup untuk mendeteksi informasi varian yang sebenarnya digunakan Metode White atau Newey- West

c. Uji Autokorelasi

Secara harfiah autokorelasi berarti adanya korelasi antar anggota observasi satu dengan yang lain yang berlainan waktu. Konsekwensi adanya autokorelasi ini estimator OLS tidak menghasilkan estimator yang BLUE maka menyebabkan:

1. Jika varian tidak minimum maka menyebabkan perhitungan standard error Metode OLS tidak bisa dipercaya kebenarannya.
2. selanjutnya interval estimasi maupun uji hipotesis yang didasarkan pada distribusi t maupun F tidak lagi dipercaya untuk evaluasi hasil regresi.

Untuk mengetahui ada apa tidaknya autokorelasi maka di gunakan Metode Breusch-Godfrey (Widojarno, 2007:161) Breusch dan Godfrey mengembangkan uji autokorelasi yang lebih umum yang dikenal dengan uji Langrange Multiplier (LM). Adapun prosedur pengujian LM adalah sebagai berikut:

Misalkan kita mempunyai model regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_t + e_t \quad (3.10)$$

Kita asumsikan model residualnya mengikuti model autoregresif dengan order p atau disingkat AR(p) sebagai berikut:

$$e_t = \rho_1 e_{t-1} + \rho_2 e_{t-2} + \dots + \rho_p e_{t-p} + v_t \quad (3.11)$$

Dengan hipotesa:

$$H_0 : \rho_1 = \rho_2 = \dots = \rho_p \quad (3.12)$$

$$H_A : \rho_1 \neq \rho_2 \neq \dots \neq \rho_p \neq 0 \quad (3.13)$$

Jika kita menerima H_0 maka tidak ada autokorelasi

Jika menerima H_A maka ada korelasi. Adapun prosedur uji LM adalah

3.8 Uji Ramsey untuk Kesalahan Bentuk Fungsi Regresi

Uji Ramsey digunakan untuk meyakinkan bahwa model yang kita gunakan adalah model yang benar. Untuk membuat kelayakan model maka kita membuat berbagai uji mulai dari uji tanda koefisien regresi, Uji Signifikansi variabel melalui uji t , melihat nilai koefisien determinasi (R^2), nilai statistik Durbin-Watson (DW) Uji pemilihan model melalui Uji MWD dan sebagainya.

Jika dari berbagai uji tersebut lolos maka model yang kita punya merupakan model yang tepat dalam memprediksi variabel ekonomi yang ada. Namun jika beberapa uji tidak lolos, misalnya tidak signifikannya variabel independen didalam model atau rendahnya statistika DW maka model yang kita pilih adalah model yang kurang tepat. Apa yang kita lakukan kemudian melakukan perbaikan terhadap model yang ada. Ada beberapa kemungkinan tidak tepatnya model yang ada misalnya penghilangan variabel yang relevan atau penggunaan fungsi yang salah dan sebagainya.

Ramsey telah mengembangkan uji secara umum kesalahan spesifikasi yang dikenal dengan kesalahan spesifikasi regresi (*Regression Specification Error test=RESET*). Uji Ramsey RESET ini bisa dijelaskan dengan model sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} \quad (3.14)$$

Langkah dari Uji Ramsey RESET adalah sebagai berikut:

1. Lakukan regresi persamaan (3.17) dan kemudian dapatkan nilai estimasi Y (\hat{y}_i)

2. Regresi kembali persamaan (3.17) dengan memasukkan variabel (\bar{y}_1) sebagai variabel independen didalam berbagai bentuk. Ramsey menyamakan variabel independen (\bar{y}_1) dalam bentuk (\bar{y}_1^2), (\bar{y}_1^3), (\bar{y}_1^4). Dengan demikian dilangkah no 2 ini, kita melakukan regresi persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_0\beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 \bar{y}_1^2 + \beta_4 \bar{y}_1^3 + \beta_5 \bar{y}_1^4 + e_i \quad (3.15)$$

3. Menghitung nilai F hitung dengan menggunakan Formula sebagai berikut:

F= menghitung nilai F hitung dengan menggunakan formula sebagai berikut

$$F = \frac{(R_b^2 - R_1^2)/k_1}{(1 - R_b^2)/(n - k_2)} \quad (3.16)$$

- R_b^2 = Koefisien determinasi persamaan

4. R_1^2 = Koefisien determinasi

$$K_1 = \text{jumlah variabel baru didalam persamaan} \quad (3.17)$$

$$K_2 = \text{jumlah parameter estimasi persamaan} \quad (3.18)$$

Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F kritisnya pada α tertentu berarti signifikan maka kita menerima hipotesis bahwa model persamaan (1) kurang tepat dan sebaliknya jika nilai F hitung lebih kecil dari F kritisnya berarti tidak signifikan maka model persamaan sudah tepat

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Sampel Penelitian

Sudah menjadi rahasia umum bahwa kabupaten Jepara merupakan salah satu penghasil kerajinan mebel dan furnitur di Indonesia. UKM Mebel dan Furnitur merupakan salah satu sumber perekonomian utama dari wilayah ini, karena kontribusinya yang besar terhadap pendapatan daerah serta penyerapan tenaga kerja. UKM Mebel dan Furnitur di kabupaten Jepara terbagi di beberapa sentra usaha diantaranya di kecamatan Talun, Senenan, dan di sentra Mulyoharjo sendiri yang secara Administratif termasuk di Kecamatan Kota Jepara.

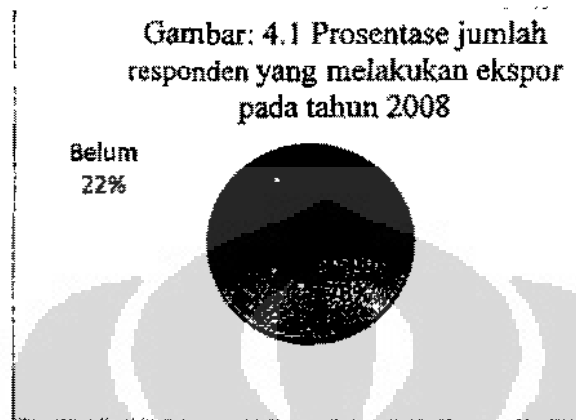
Mulyoharjo merupakan salah satu sentra UKM Mebel dan Furnitur terbesar untuk wilayah kecamatan kota Jepara. Data terakhir tahun 2007 sentra usaha ini memiliki sekitar 170 pengrajin untuk UKM Mebel dan Furnitur. Selain itu sentra usaha ini juga merupakan awal berkembangnya seni ukir di Jepara. Berdasarkan pada hasil sampel penelitian yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jumlah unit usaha yang ekspor

Jumlah pengrajin di sentra Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur Mulyoharjo menurut Data dari Organisasi Central Industri (2007) kerajinan kayu Mulyoharjo kecamatan Jepara menunjukkan di sentra UKM tersebut terdapat sekitar 170 pengrajin dengan jumlah tenaga kerja yang ada diperkirakan mencapai kurang lebih sekitar 750 orang. Jumlah keseluruhan responden yang diambil berjumlah 46 orang.

Dari 46 Responden yang terpilih menjadi sampel tersebut diperoleh informasi berdasarkan pengakuan yang dilakukan sendiri oleh responden bahwa sebanyak 36 (78%) pengrajin mengaku pada tahun 2008 sudah melakukan ekspor meskipun dengan prosentase dan kuantitas yang berbeda antara satu unit usaha dengan unit usaha yang lainnya. Sisanya yaitu sebanyak 10 (22%) pengrajin ketika ditanya belum pernah sama sekali mengekspor produk mereka selama kurun waktu tersebut. Untuk ekspor biasanya pembeli langsung datang sendiri

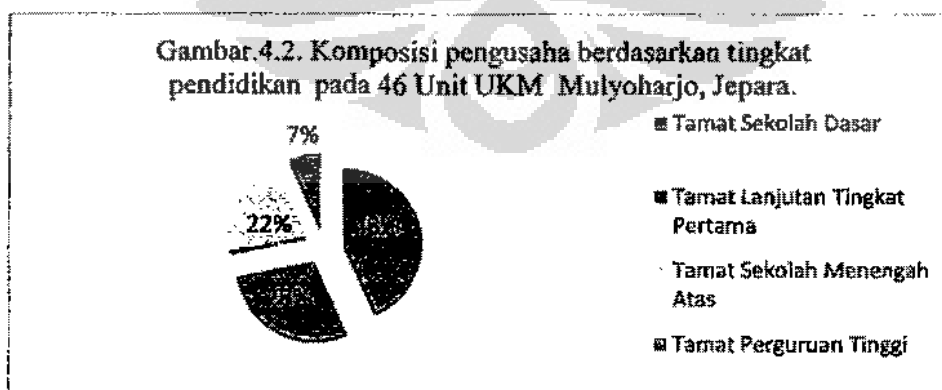
kelokasi sentra usaha. Sebagian besar pembeli tersebut menurut keterangan dari responden berasal dari berbagai negara seperti Amerika, Jepang, Korea serta beberapa negara di Eropa. Gambar: 4.1



Sumber: data primer diolah Mei 2009

b. Tingkat Pendidikan

Bila dilihat dari sisi pendidikan pengrajin maka sebagian besar pengrajin yang telah dipilih menjadi responden memiliki strata pendidikan yang beragam namun seperti umumnya ciri UKM di Indonesia mayoritas para pengrajin tersebut berpendidikan relatif rendah karena hampir separoh dari sampel yang dipilih menunjukkan bahwa mereka hanya menamatkan pendidikannya pada level sekolah dasar yaitu sekitar 43%, sekitar (28%) responden tamat SLTP, sebanyak 9 (22%) responden lulus Sekolah Menengah Atas sedangkan sisanya sebanyak (7%) orang memperoleh gelar sarjana. Gambar 4.2 dibawah ini:



Sumber : data primer yang telah diolah Mei 2009

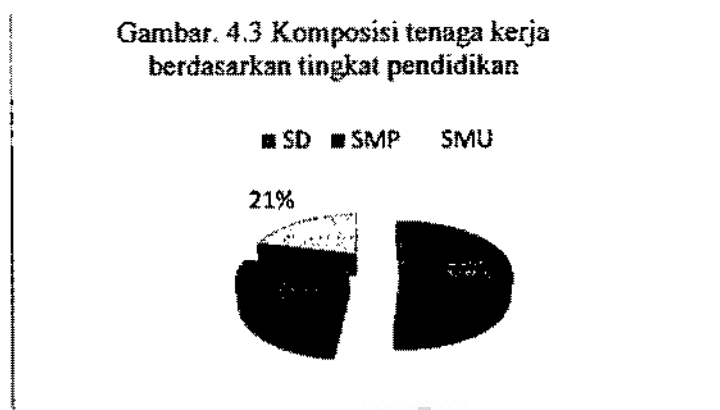
Mayoritas masih rendahnya pendidikan dari para pelaku UKM sendiri juga akhirnya menjadi hambatan bagi pembinaan UKM menuju usaha yang dikelola lebih profesional misalnya dalam hal manajemen yang lebih modern serta

penguasaan terhadap teknologi yang maju juga mengalami keterhambatan dalam aplikasinya. Selama ini rendahnya pendidikan para pelaku UKM menyebabkan mereka masih berkuat pada sistem usaha yang sifatnya cenderung tradisional sehingga apabila ini tidak ditangani secara serius oleh pemerintah dalam hal ini maka UKM di Jepara khususnya maupun Indonesia pada umumnya akan sulit untuk berkompetisi baik dengan usaha besar dalam lingkup domestik serta dengan sesama UKM dari negara lain dalam pasar internasional karena secara umum UKM yang ada dipasaran internasional saat ini telah telah dikelola secara profesional dan menggunakan sistem manajemen yang modern seperti misalnya UKM di negara negara yang sekarang ini dikenal dengan nama negara industri baru seperti Korea Selatan, Taiwan dan Singapura. Padahal UKM bila dikelola secara professional juga bisa berfungsi sebagai salah satu tulang punggung bagi perekonomian nasional."

Sedangkan bila dilihat dari tingkat pendidikan tenaga kerja UKM, sebanyak 474 tenaga kerja yang terpilih menjadi responden, sebanyak 244 (52%) memperoleh pendidikan sekolah dasar, menamatkan pendidikan SMP 130 (21%), sedangkan sisanya berpendidikan SMU 100 (21%).

Sebenarnya untuk penciptaan pengusaha dan tenaga kerja yang terampil dan memiliki pendidikan yang baik, pemerintah Jepara telah menyediakan sekolah khusus ukir yang mengkususkan pada seni rupa dan kerajinan yaitu pada SMK 2 Jepara, sedangkan pada tingkat perguruan tinggi sendiri pemerintah daerah Jepara menyediakan Akademi Teknologi Industri Kayu Jepara, Akademi ini membuka program studi manajemen industri kayu, desain kayu dan teknik mesin kayu. Demikian juga bantuan dari kedutaan Jepang yang berupa sekolah ukir yang dibuka mulai tahun 2003 dengan nama Sekolah Pelatihan dan Ketrampilan Ukir dan Kayu FEDEP (*Forum for Economic Development and Employment Promotion*) Jepara. namun demikian menurut para pengusaha, sekolah ini kurang memberi hasil yang signifikan karena pada saat mereka masuk ke dunia kerja masih belum bisa mengukir seperti yang diharapkan. sehingga pengusaha ketika merekrut tenaga kerja cenderung memilih berdasarkan tingkat keahlian yang dimiliki dari pada tingkat pendidikan yang ditempuh. Gambar 4.3

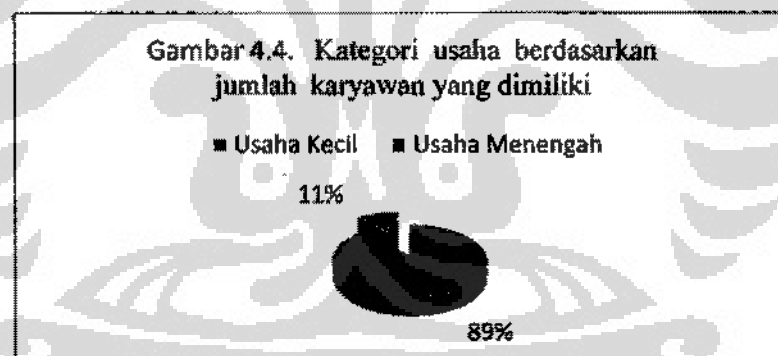
Gambar. 4.3 Komposisi tenaga kerja berdasarkan tingkat pendidikan



Sumber: data primer diolah Mei 2009

d. Ukuran Usaha

Berdasarkan dengan klasifikasi yang dibuat Badan Pusat Statistik (BPS) tentang kategori usaha sesuai dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki maka dari 46 responden yang terpilih menjadi sampel diperoleh gambaran tentang kategori usaha. Gambar 4.4.



Sumber : Data primer yang diolah Mei 2009

Sesuai dengan sampel diperoleh dari hasil penelitian maka didapat kategori usaha sebagai berikut:

41 (89%) pengrajin termasuk dalam kategori pengusaha kecil artinya karyawan yang dimiliki kurang dari 20 orang dengan variasi jumlah yang beragam. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 5 pengrajin termasuk dalam kategori pengusaha menengah yang memiliki karyawan berjumlah antara 20 sampai dengan 99 orang. Jumlah penggunaan tenaga kerja mencerminkan ukuran usaha. Mc Mahon (2001) dalam Indarti (2002) mengemukakan bahwa ukuran usaha

mempunyai hubungan yang baik dengan performa usaha. Semakin besar usaha yang dilaksanakan maka semakin tinggi level tingkat kesuksesan usaha.

e. Umur Usaha

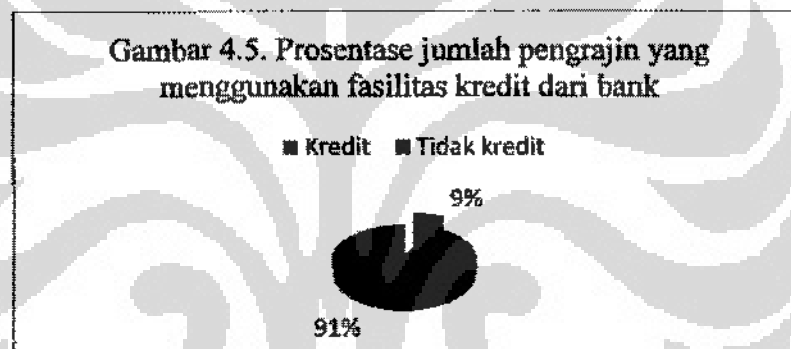
Bila dilihat dari umur usaha, UKM Mebel dan Furnitur di sentra Mulyoharjo dari 46 unit usaha yang dijadikan sebagai responden rata-rata berumur 9 tahun. Umur yang paling rendah adalah berumur 2 tahun sedangkan yang paling tua berumur 20 tahun. Umur usaha biasanya terkait dengan kemampuan perusahaan dalam memperoleh pengalaman dari kurva belajar. Dengan adanya pengalaman kurva belajar ini maka UKM dapat mengurangi biaya produksi karena semakin sedikit jam produksi yang dibutuhkan, makin rendah biaya marginal dan biaya rata-rata untuk memproduksi

f. Fasilitas Kredit

Kredit merupakan salah satu instrumen pembiayaan yang paling banyak digunakan dalam pengembangan UKM. Pemberiaan kredit adalah kepercayaan kreditur kepada debitur baik individu maupun kelompok. Dengan adanya pemberian kredit ini diharapkan Usaha Kecil dan Menengah mampu tumbuh dan berkembang dengan baik, karena dengan pemberian kredit tersebut UKM akan memperoleh suntikan modal baru dalam upaya untuk meningkatkan modal sudah ada.

Seperti banyak penelitian yang telah dilakukan bahwa berbagai hambatan dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah salah satunya adalah masalah permodalan terutama tambahan modal dari luar seperti dari lembaga keuangan resmi / perbankan. Penelitian ini juga mengidentifikasi hasil yang hampir sama dari beberapa hambatan yang menyangkut tentang pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. Hal ini juga tidak jauh dan berlaku bagi para pengusaha Kecil dan Menengah di Mulyoharjo kecamatan Jepara. Dari data primer yang ada diperoleh tentang jumlah pengusaha yang mendapatkan fasilitas kredit dari pihak kedua dalam hal ini perbankan, ternyata hanya sekitar 9 persen dari total pengusaha yang telah dipilih sebagai sampel yang memperoleh tambahan modal dari lembaga keuangan formal. Sedangkan sisanya sebesar 81% belum menikmati atau memperoleh akses kredit atau masih bergantung pada modal sendiri. Pada penelitian ini diperoleh pula hasil bahwa yang menggunakan

fasilitas kredit dari pihak perbankan hampir seluruhnya merupakan pengusaha kecil yang sudah mempunyai legalitas usaha. Menurut para pengrajin alasan mereka tidak mendapatkan fasilitas kredit adalah mereka tidak memiliki surat izin usaha resmi (berbadan hukum). Alasan lain adalah tidak adanya jaminan kredit. Beberapa pengrajin juga mengatakan bahwa mereka tidak mengetahui prosedur mengambil kredit dari perbankan. Serta administrasi perbankan yang mereka anggap sangat rumit. Namun menurut ketua koperasi setempat pengrajin tidak mendapatkan fasilitas kredit, karena ada sejarah beberapa oknum pengrajin yang menolak untuk membayar angsuran sehingga ada kekhawatiran dari pihak perbankan untuk menyalurkan kredit mereka. Dikhawatirkan ada efek domino apabila salah satu pengrajin tidak mau membayar akan ditiru oleh pengrajin yang lain. Gambar 4.5.

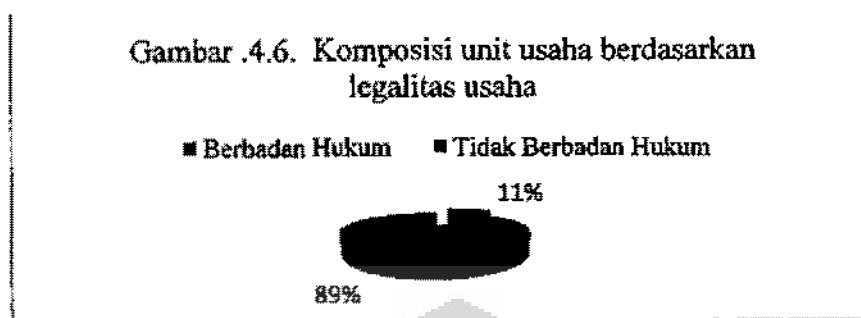


Sumber: Data primer diolah Mei 2009

g. Badan Hukum

Berdasarkan legalitas yang dimiliki maka diperoleh informasi dari hasil penelitian bahwa sebagian besar, para pengrajin belum memiliki legalitas usaha (belum berbadan hukum). Dari para pengrajin yang dipilih untuk menjadi sampel sebanyak 5 (11%) pengrajin sudah berbadan hukum, dengan komposisi 4 unit usaha berbentuk usaha dagang (UD) satu unit usaha berbentuk CV, sedangkan sisanya sebanyak 41 (89%) unit usaha belum memiliki legalitas usaha. Alasan mereka tidak mengajukan izin usaha sebanyak 40% responden mengatakan bahwa dengan usaha yang sekarang dijalani tanpa adanya surat izin usahapun mereka sudah memperoleh keuntungan. Sebanyak 20% mengatakan mereka juga belum mengetahui bagaimana cara untuk kepengurusan izin usaha. Sedangkan sisanya sebesar 40% mengatakan bahwa usaha yang mereka kelola masih terlalu

kecil sehingga menurut para pengusaha ini keberadaan legalitas usaha masih belum diperlukan. (Gambar 4.6)



Sumber: Data primer diolah Mei 2009

Rendahnya UKM yang berbadan hukum ini menyebabkan sebagian besar dari UKM tersebut kesulitan dalam memperoleh fasilitas kredit dari perbankan terutama untuk kredit-kredit yang sifatnya menengah hal ini karena usaha tersebut tidak *bankable* artinya ada syarat-syarat perbankan yang tidak bisa mereka penuhi. Tidak adanya legalitas usaha juga bisa merugikan pemerintah, karena diharapkan dengan adanya legalitas usaha tersebut pemerintah juga dapat memperoleh pendapatan melalui penerimaan pajak dari kegiatan usaha tersebut.

h. Internet.

Internet merupakan salah satu alat komunikasi serta bisa dijadikan sebagai media untuk berpromosi. Berdasarkan data primer yang diperoleh dari hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 13 pengrajin sudah menggunakan fasilitas internet. Sedangkan sisanya sebanyak 33 pengrajin belum memanfaatkan fasilitas ini. Dari penelitian ini diperoleh informasi bahwa pengrajin yang menggunakan fasilitas ini keseluruhannya adalah mereka yang memperoleh pendidikan minimal SMU. Penggunaan internet ini menurut para pengrajin sebagian besar dimanfaatkan untuk memperkenalkan desain sampel produk mereka kepada pelanggan.

Induk koperasi setempat juga menyediakan fasilitas internet sendiri yang memberikan informasi tentang kelompok pengrajin serta jenis kerajinan yang dihasilkan dan sampel produk yang dihasilkan. Gambar 4.7.

Gambar: 4.7. Komposisi unit usaha berdasarkan penggunaan fasilitas internet.



Sumber: Data Primer diolah Mei 2009

4.2 Analisa Hasil Regresi

A. Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi (R)

1. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 yang didapatkan dari perhitungan berada pada range 0 sampai dengan 1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R^2 yang dihasilkan sebesar 0,9172 artinya bahwa variabel independen (X) mampu menjelaskan variabel dependen (Y) sebesar 91,7% sedangkan sisanya yaitu sekitar 8,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model.

1. Koefisien Korelasi (R)

Untuk mengetahui keeratan variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan koefisien korelasi (R). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,9069 artinya bahwa keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 90,60%.

B. Hasil Uji Statistik.

Setelah dilakukan uji Asumsi Klasik langkah selanjutnya adalah Uji t dan Uji F. pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen, baik secara parsial maupun secara simultan.

1. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen secara parsial digunakan uji t. hasil dari Uji t adalah sebagai berikut. Tabel 4.1

Tabel .4.1 Hasil Uji koefisien Regresi Linier Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Probability
Konstanta (C)	8528055.	5466178.	1.560150	0.1266
Internasionalisas(X1)	0.152927	0.023773	6.432832	0.0000
Ukuran usaha (X2)	979856.8	441524.8	2.219257	0.0322
Lama usaha (X3)	820595.8	473613.9	1.732626	0.0909
Kredit (X4)	24674106	11112385	2.220415	0.0321
Internet (X5)	-4172748.	6972789.	-0.598433	0.5529
Prob. F Statistic	0.000000			
R Squared	0.917200			

sumber: lampiran 2

Berdasarkan hasil Uji t tersebut di peroleh hasil sebagai berikut:

- 1 Variabel ekspor memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan t_{hitung} sebesar 6.4328. Nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha=0.05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1.684, maka H_a diterima berarti secara parsial ekspor berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas unit usaha pada UKM Mebel dan Furnitur di sentra Mulyoharjo. Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Roperti (1999), Qian dan Li (2001), Becchetti dan Trovatto (2002), Hardjamurtjahyo, dkk (2007). Koefisien ekspor sebesar 0.152927 artinya setiap selisih ekspor sebesar 1 rupiah maka akan menaikkan profitabilitas dari unit usaha sebesar 0.15 rupiah dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain yang mempengaruhi adalah tetap, *ceteris paribus*.
2. Variabel ukuran usaha memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.0322 dengan t_{hitung} sebesar 2.219257. Nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha=0.05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1.684 maka H_a diterima berarti secara parsial ukuran usaha berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas unit UKM Mebel dan Furnitur di sentra UKM Mulyoharjo. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Roperti (1999), Qian dan Li (2001), Becchetti dan Trovatto (2002), Hardjamurtjahyo, dkk (2007). Koefisien ukuran usaha sebesar 979856.8 artinya setiap selisih pekerja sebesar 1 orang akan menaikkan profitabilitas sebesar 979856.8 rupiah dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain yang mempengaruhi adalah tetap, *ceteris paribus*

3. Variabel lama usaha memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.0909 dengan t hitung sebesar 1.7326. nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha=0.10$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1.303 maka H_a diterima berarti secara parsial lama usaha berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas unit UKM Mebel dan Furnitur pada sentra UKM Mulyoharjo. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Roperti (1999), Qian dan Li (2001), Becchetti dan Trovatto (2002), Hardjamurtjahyo, dkk (2007) Koefisien lama usaha sebesar 820595.8 artinya setiap selisih umur perusahaan selama 1 tahun akan meningkatkan selisih profitabilitas sebesar 820595.8 rupiah. Dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain yang mempengaruhi adalah tetap, *ceteris paribus*.
4. Variabel kredit memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.0321 dengan t_{hitung} sebesar 2.2204. nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha=0.05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1.684 maka H_a diterima berarti secara parsial kredit berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas unit UKM Mebel dan Furnitur di sentra UKM Mulyoharjo. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Roperti (1999), Qian dan Li (2001), Becchetti dan Trovatto (2002), Hardjamurtjahyo, dkk (2007). Koefisien kredit sebesar 24674106 artinya apabila perusahaan itu mendapatkan kredit rata-rata tambahan profitabilitasnya sebesar 24674106 rupiah. Dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain yang mempengaruhi adalah tetap, *ceteris paribus*
5. Variabel internet memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.5529 dengan t_{hitung} sebesar -0.598433. Nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha=0,10$ dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} 1.303. Maka H_0 diterima berarti secara parsial variabel internet tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada unit UKM Mebel dan Furnitur di sentra Mulyoharjo. Hasil dari penelitian sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Qian dan Li (2001), namun tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sellito *et al* (2003).
6. Besarnya konstanta sebesar 8528055 artinya apabila faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas tersebut tetap maka profitabilitas yang diperoleh sebesar 8528055 rupiah

2 Uji F

Perhitungan Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Selengkapnya seperti terlihat pada tabel.5

Tabel.4.2. Hasil Regresi Pengujian Uji F

F-statistic	Prob(F-statistic)
88.61808	0.000000

Sumber: lampiran 2

Nilai signifikansi sebesar 0.0000 dan F_{hitung} sebesar 88.61808. Nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha=0,05$ dan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sebesar maka H_0 diterima berarti secara simultan variabel independen (internasionalisasi, ukuran usaha, umur usaha, kredit dan internet) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (profitabilitas)

C. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi linier berganda yang tepat dan memenuhi standar, maka penduga bagi parameter koefisien regresi harus memenuhi syarat Best linier Unbiased Estimation (BLUE). Hasil regresi yang bersifat BLUE harus memenuhi syarat uji asumsi klasik yaitu tidak ada multikolinieratis, heterokedatisitas dan autokorelasi. Hasil dari uji asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut:

1. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas maka dilakukan dengan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). penelitian ini menggunakan nilai VIF <10, dimana jika nilai VIF dalam penelitian ini melebihi nilai 10 maka diindikasikan terdapat multikolinieritas. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai VIF sebesar 12.19 > 10 maka dianggap terjadi multikolinieritas. Multikolinieritas ini mungkin terjadi antara X1 dan X2. Dimana kita bersepakat (*rule of thumb*), bahwa jika koefisien diatas 0,50 terjadi multikolinieritas, maka multikolinieritas tersebut terjadi antara X1 dan X2

yang mempunyai koefisien korelasi sebesar 0,894, artinya lebih besar dari kesepakatan sebesar 0,50. Selengkapnya tabel.4.3

Tabel. 4.3 Nilai koefisien korelasi antara variabel independen ekspor (x1), ukuran usaha (x2) umur usaha (x3) . kredit (x4) dan internet(x5)

	X1	X2	X3	X4	X5
X 1	1.000000	0.894079	0.003517	0.461899	0.439147
X 2	0.894079	1.000000	0.099004	0.395927	0.479477
X 3	0.003517	0.099004	1.000000	-0.182020	-0.097473
X 4	0.461899	0.395927	-0.182020	1.000000	0.491689
X 5	0.439147	0.479477	-0.097473	0.491689	1.000000

Sumber: lampiran. 7

Namun demikian hasil regresi ini masih dianggap BLUE karena memiliki nilai R^2 yang tinggi dan Uji F signifikan.

2. Uji Heterokedastisitas

Pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas digunakan metode White. Metode White menggunakan dua cara yaitu tanpa *cross term* dan *cross term*. Pada uji White *no cross term* didapatkan nilai probabilitas Chi-Squares sebesar 0.110578 (11,06%) artinya lebih besar dari $\alpha=5\%$ yang berarti tidak signifikan, sehingga tidak terjadi heterokedastisitas. Demikian pula Uji white *cross term* menghasilkan kesimpulan tidak ada heterokedastisitas dengan nilai Chi-Squares sebesar 0.343 (34.3%) lebih besar dari $\alpha=5\%$.

2. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi maka digunakan Metode Breusch-Godfrey atau dikenal dengan *Uji langrange Multiplier (LM)*. Pada Uji LM ini didapatkan probabilitas nilai Chi Squares sebesar 0,057 (5, 7%) lebih

besar dari $\alpha=5\%$. Maka disimpulkan bahwa tidak ada masalah autokorelasi dalam model regresi.

D. Uji Ramsey RESET

Untuk menguji apakah persamaan regresi yang digunakan sudah benar atau belum dipakai Uji Ramsey. Dari Uji Ramsey tersebut diperoleh.

Tabel 4.4. Hasil Uji Ramsey RESET Test

F-statistic	0.271120	Probability	0.763988
Log likelihood ratio	0.651756	Probability	0.721893

Sumber: Lampiran 7.

Pada tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai probability dari Uji F lebih besar dari $\alpha=5\%$. Oleh karena Uji F ini tidak signifikan sehingga diambil sebuah kesimpulan bahwa model yang digunakan sudah tepat.

4.4 Analisa Ekonomi

Dalam Penelitian ini memperoleh hasil bahwa variabel internasionalisasi, ukuran usaha, umur usaha, kredit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha pada sentra UKM Mulyoharjo kecamatan Jepara, meskipun level signifikansi yang diperoleh berbeda antara satu dan variabel yang lain. Signifikansi tersebut juga menunjukkan hubungan yang positif antara variabel internasionalisasi (ekspor), ukuran usaha, umur usaha dan kredit dengan Profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha di sentra Usaha Kecil dan Menengah Mulyoharjo. Hasil ini juga sesuai dengan hipotesa yang dibuat.

Variabel internet tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha pada sentra Usaha Kecil dan Menengah Mulyoharjo, hasil ini tentu saja tidak sesuai dengan hipotesa yang kita buat, karena kita membuat hipotesa bahwa internet berpengaruh terhadap profitabilitas yang diperoleh oleh UKM. penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Qian dan Li (2003) bahwa iklan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas yang diperoleh unit UKM.

Variabel internasionalisasi yang diukur dengan besarnya penjualan yang diekspor mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas

yang diperoleh oleh unit usaha pada UKM Mebel dan Furnitur di Jepara, hal ini karena ekspor dapat *mengenerate* penjualan produk ke berbagai pasar bukan hanya lokal tetapi juga pasar luar negeri. Menurut Karagozoglu dan Linddel (1998) dengan masuknya produk tersebut ke berbagai pasar maka volume penjualan yang dilakukan oleh Usaha Kecil dan Menengah tersebut akan meningkat. Meningkatnya volume penjualan tersebut menyebabkan terciptanya skala ekonomi. Dengan penciptaan skala ekonomi ini unit usaha tersebut akan dapat mengurangi biaya-biaya pengeluaran untuk produksi. menurunnya biaya produksi, maka unit usaha tersebut akan lebih efisien sehingga profitabilitas yang diperoleh semakin besar jika dibandingkan dengan unit usaha yang kurang efisien (Qian & Li, 2001)

Alasan lain dari Profitabilitas yang diperoleh oleh Usaha Kecil dan Menengah yang telah memasuki pasar internasional lebih tinggi dibandingkan dengan usaha yang masih bertaraf lokal menurut Ghemawat (1996) adalah bahwa UKM yang telah mampu menembus pasar internasional cenderung lebih inovatif karena lebih banyak melakukan R&D. Inovasi yang terus menerus akan membuat unit usaha tersebut akan mampu memasuki pasar lebih cepat dari perusahaan pesaingnya atau mempunyai kualitas produk yang lebih baik dibandingkan dengan produk dari perusahaan yang menjadi pesaingnya, selain itu perusahaan juga dapat membuat produk dengan kualitas produk yang dihasilkan meningkat lebih cepat dibandingkan dengan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang menjadi pesaingnya. sehingga produk sejenis dari perusahaan kompetitor tidak mampu untuk bersaing (Qian & Li, 2001). Akibatnya perusahaan tersebut mempunyai *competitive advantages* didalam suatu pasar. Apabila unit usaha sudah mampu untuk menciptakan keunggulan kompetitif didalam suatu pasar maka dengan sendirinya profitabilitas yang diperoleh oleh perusahaan tersebut juga semakin meningkat dan lebih tinggi dibandingkan dengan unit usaha lainnya.

Kondisi dilapangan ketika penulis melakukan penelitian juga sangat mendukung fakta empiris ini, dimana dari seluruh sampel yang diambil dapat terlihat bahwa kelompok unit usaha yang telah memasuki pasar ekspor mempunyai rata-rata profitabilitas yang lebih besar jika dibandingkan dengan unit usaha yang masih melayani pasar domestik atau bertaraf lokal.

Tabel . 4.5. Tabel. 4.5. Rata-rata profitabilitas yang diperoleh oleh UKM yang ekspor dan domestik

Profitabilitas rata-rata UKM yang ekspor	belum ekspor	selisih
Rp.55853611	Rp. 32900000	Rp. 22953611

sumber: data Primer diolah

Fakta¹ lain yang mendukung adalah data secara global dimana ketika UKM Mebel dan Furnitur mengalami masa keemasan terutama yang terjadi pada tahun 1998 yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PAD kabupaten Jepara juga sangat distimulan oleh tingginya volume ekspor pada saat itu¹. Demikian pula sebaliknya ketiga pasar luar negeri mengalami kelesuan sejak awal tahun 2006, saat pasar utama tujuan ekspor yaitu Amerika dan Eropa barat mengalami krisis ekonomi, sehingga ekspor terhadap UKM Mebel dan Furnitur di kabupaten Jepara mengalami penurunan hal ini mempunyai dampak terhadap menurunnya pendapatan para pengrajin sehingga pengrajin sampai me PHK- kan karyawannya sekitar 50 persen.² Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan serta kelangsungan pertumbuhan usaha tersebut sangat tergantung pada pasar luar negeri, sehingga wajar jika kemudian profitabilitasnya yang diperoleh oleh unit usaha yang prosentase ekspornya atau penjualan secara dipasar internasional lebih besar memiliki profitabilitas yang lebih besar pula. Namun demikian permasalahan kedepan akan terjadi dan menjadi ancaman yang mengkhawatirkan bagi kelansungan pasar ekspor jika permintaan ekspor dari negara-negara utama yang merupakan pegimpor tradisional UKM Mebel dan Furitur seperti Amerika Serikat dan Eropa Barat mengalami kelesuan disebabkan mungkin karena kondisi perekonomian yang menurun maupun lain hal.³ Oleh karena itu pemerintah Jepara dalam hal ini harus mampu mengusahakan pencaharian tujuan ekspor baru sehingga keberadaan pasar ekspor bagi UKM Mebel dan Furnitur mampu

¹ Tahun 1998 merupakan puncak keemasan dari UKMkerajinan mebel dan furnitur baik dilihat dari kontribusinya yang paling besar terhadap PDB, juga volume ekspor yang paling tinggi di bandingkan dengan tahun- sebelumnya dan sesudahnya sampai penelitian ini dilakukan. Sumber www.smart.institute.jepara.com

² Dikutip dari Kapan.lagi.com.

³ Eropa Barat dan Amerika Serikat merupakan salah satu pasar tradisional mebel dan kerajinan dari Indonesia. Dimana 45 % mebel dan kerajinan di ekspor ke Eropa Barat, 40% di Amerika Serikat, 15% tersebar Eropa Timur, Timur tengah dan Australia. Sumber Kompas Jumat, 22 Agustus 2008

dipertahankan dan profitabilitas dari UKM Mebel dan Furnitur juga bisa ditingkatkan sehingga kinerja UKM Mebel dan Furnitur kedepannya akan lebih baik lagi. Masalah lain yang tentu akan muncul adalah semakin kompetitifnya persaingan dengan para pelaku UKM Mebel dan Furnitur dari negara lain seperti China, Thailand dan Vietnam. Hal ini tentunya menuntut para usahawan agar kualitas produk yang dihasilkan oleh UKM Mebel dan Furnitur Mulyoharjo harus tetap diperahankan bahkan ditingkatkan sehingga keberadaan serta eksistensi UKM Mebel dan Furnitur produk Mulyoharjo atau Indonesia secara umum dipasaran internasional masih tetap terpelihara dalam kompetisi pasar yang semakin ketat.

Hasil penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa ukuran usaha mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas dari unit usaha tersebut. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran usaha maka produksi yang dihasilkan juga semakin banyak akibatnya volume penjualan juga semakin besar sehingga profitabilitas yang diperoleh oleh perusahaan yang lebih besar juga lebih tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian-penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Qian dan Li (2003) bahwa profitabilitas pada Usaha Kecil dan Menengah biotechnology dipengaruhi secara signifikan ukuran usaha artinya semakin besar ukuran usaha yang dimiliki oleh UKM maka profitabilitas yang diperolehnya juga semakin besar pula. Juga penelitian yang dilakukan oleh Roperti (1999), serta Becchetti dan Trovatto (2002).

Kemudian temuan lain dari riset ini adalah profitabilitas usaha dari unit usaha yang menjadi sampel dipengaruhi oleh lamanya unit usaha (*firm age*). Artinya bahwa unit usaha yang lebih lama berdiri mempunyai profitabilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan umur usaha yang lebih muda. Jika dilihat dari sisi teori maka unit usaha yang telah menjalankan operasi lebih lama akan memperoleh berbagai pengalaman belajar yang lebih banyak baik dalam masalah produksi maupun pemasaran, selanjutnya dengan pengalaman tersebut maka unit usaha tersebut akan mempunyai kemampuan menjalankan usaha yang lebih baik dan pada gilirannya akan memperoleh profitabilitas yang lebih besar. Selain itu umur usaha dimungkinkan untuk memiliki jaringan pasar yang lebih luas, dengan adanya jaringan pangsa pasar yang lebih luas ini menyebabkan penjualan yang

lebih besar pula karena berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kuncoro dan Supomo (2003) tentang orientasi pasar menyatakan bahwa semakin tua umur perusahaan maka semakin besar probabilitas industri untuk berorientasi ekspor. Selain itu unit usaha yang sudah lama berdiri juga dimungkinkan memiliki kurva belajar yang lebih banyak sehingga biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi oleh unit usaha yang telah lama berdiri juga semakin menurun akibatnya profitabilitas yang diperoleh juga lebih tinggi. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Qian dan Li (2003), Roperti (1999), serta Becchetti dan Trovatto (2002).

Variabel kredit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitability dari Usaha Kecil dan Menengah. Artinya bahwa unit usaha yang memperoleh fasilitas kredit dari perbankan mempunyai profitabilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan unit usaha yang belum memperoleh fasilitas kredit. Hal ini juga cukup beralasan dan masuk akal karena ketika unit usaha tersebut memperoleh fasilitas kredit dari perbankan berarti unit usaha tersebut memperoleh tambahan modal kerja. Akibatnya unit usaha yang memperoleh tambahan modal kerja ini tentunya memproduksi lebih banyak barang dari pada unit usaha yang tidak memperoleh tambahan modal. Sehingga dengan sendirinya Profitabilitas yang diperolehnya juga akan semakin besar. Kredit juga dapat meningkatkan *utility* (daya guna) dari modal uang yaitu para pengusaha menikmati kredit dari bank untuk memperluas usahanya, peningkatan produksi, baik untuk usaha-usaha rehabilitasi ataupun memulai usaha baru (Sinungan, 1995, hal 5).

Kalau kita melihat dari fungsi kredit itu sendiri yaitu sebagai sarana untuk meningkatkan kegairahan bekerja masyarakat (Sinungan, 1995, hal 5). Maka sangat rasional jika unit usaha yang memperoleh fasilitas kredit ini memiliki motivasi dan produktivitas yang lebih jika dibandingkan dengan mereka yang belum atau tidak menikmati fasilitas kredit. Motivasi yang lebih tinggi ini akan menjadi daya dorong bagi pengusaha UKM dalam memperbesar, memperluas serta meningkatkan kualitas hasil produksinya yang pada akhirnya profitabilitas yang diperoleh oleh penerima fasilitas kredit ini lebih tinggi dari pada yang tidak menerimanya. Namun di sentra UKM Mulyoharjo sendiri prosentase unit usaha

yang menerima fasilitas kredit dari perbankan masih sangat kecil. Dari sampel penelitian yang ada hanya sekitar 9 persen yang memperoleh fasilitas kredit dari lembaga keuangan formal atau perbankan. Sehingga diharapkan nantinya bagi semua pihak yang terkait baik itu pemerintah, perbankan maupun bagi para pengusaha UKM agar bekerjasama sehingga penyaluran kredit yang dilakukan agar lebih mudah. Karena tanpa adanya kerjasama yang baik antara elemen yang terkait maka permasalahan permodalan khususnya, bantuan permodalan dari lembaga keuangan resmi atau perbankan akan menjadi masalah yang tidak akan menemukan ujung pangkalnya.

Variabel internet tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dari unit usaha, artinya antara unit usaha yang menggunakan fasilitas internet dengan yang tidak perbedaan profitabilitasnya tidak berbeda. Hasil penelitian ini tentunya berbeda dengan dilakukan oleh Sellito *et al* (2003). Dimana fasilitas internet berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas Usaha Kecil dan Menengah wine di Australia melalui kenaikan omplah penjualan. Namun penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Qian dan Li (2003) bahwa *advertising* atau iklan tidak pengaruh ke Profitabilitas UKM Biotechnology.

Hal ini disebabkan karena internet tidak mampu menciptakan *market awareness* pada unit usaha yang menggunakan fasilitas tersebut. Kegagalan internet untuk menciptakan *market awareness* menyebabkan unit usaha tersebut tidak mampu meningkatkan volume penjualan. Selain itu produk hasil UKM di jepara merupakan produk yang seni, yang tingkat kehalusan pengerjaannya serta bahan bakunya menjadi dasar para pembeli untuk membeli, sehingga pengenalan atau iklan produk melalui media ini tidak mampu menyakinkan pembeli untuk membeli produknya lewat media tersebut. Hal ini menyebabkan pembeli memilih datang langsung kelokasi sentra usaha, sehingga dimungkinkan ketika pembeli tersebut langsung datang kelokasi unit usaha dan tidak puas dengan jenis barang maupun harga yang ditawarkan maka konsumen akan berpindah ke unit usaha yang disekitarnya yang jaraknya relatif dekat karena membentuk sentra usaha.

Alasan lain mengapa Usaha Kecil dan Menengah yang menggunakan fasilitas internet tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

profitabilitas yang diperoleh adalah, gagalnya usaha tersebut menciptakan positioningnya sendiri didalam *positioning* UKM Jepara secara keseluruhan begitu kuat. *Positioning* Jepara sebagai pusat kerajinan telah lama berkesan dan dikenal dibenak pelanggan baik itu dalam taraf lokal maupun internasional. Bahkan dimata internasional Jepara sudah lama diposisikan memiliki keunggulan dengan ukiran yang berkualitas detail dan *finishing* yang halus.⁴

Fakta empiris juga menunjukan demikian ketika penggunaan internet belum sedemikian *booming* seperti saat ini. Hasil penjualan dari produksi UKM Mebel dan Furnitur telah melewati batas-batas geografi dan dikenal luas baik itu oleh masyarakat lokal nasional maupun internasional. Indikasinya adalah ketika tahun 1998 dimana penggunaan internet yang belum familiar dan bahkan mungkin sangat tidak *familiar*, karena berdasarkan pengamatan yang ada serta didukung oleh ciri-ciri yang selama ini melekat erat pada UKM, sebagian besar dari mereka relatif memiliki pendidikan yang rendah sehingga penguasaan terhadap teknologi informasi termasuk internet juga relatif rendah. Namun demikian fakta membuktikan yang sebaliknya, dimana penjualan Produksi UKM Mebel dan Furnitur untuk pasar ekspor mencapai titik puncaknya dan merupakan masa keemasan dari UKM itu sendiri. Pada tahun tersebut diperkirakan volume ekspor mencapai 400-700 kontainer perbulan dan memberikan sumbangan yang besar terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Jepara yaitu mencapai sekitar 62% dari total PDRB. Hal ini menunjukan bahwa jepara sudah dikenal luas sebagai pusat kerajinan yang berkualitas sebelum penggunaan internet itu menjamur seperti saat ini.

⁴ Dikutip dari tulisannya Hermawan Kertajaya dalam *Attracting Tourist, traders, investors: strategi memasarkan daerah di era otonomi daerah* oleh Hermawan Kertajaya. Diterbitkan oleh Gramedia Pustaka Utama, 2005

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Seperti yang sudah tercantum diawal tujuan penelitian tesis ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada sentra Usaha Kecil dan Menengah Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo kecamatan Jepara kabupaten Jepara, berdasarkan hasil penelitan yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel internasionalisasi yang diukur dengan besarnya ekspor mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas artinya semakin tinggi prosentase ekspor yang dilakukan oleh suatu unit UKM Mebel dan Furnitur maka profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha tersebut juga semakin besar.
2. ukuran usaha, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas unit usaha semakin besar ukuran usaha UKM Mebel dan Furnitur semakin besar profitabilitas yang diperoleh unit usaha tersebut.
3. Lama usaha berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas unit usaha. Artinya semakin lama umur unit UKM Mebel dan Furnitur profitabilitas yang diperolehnya juga semakin besar pula.
4. Fasilitas kredit berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas usaha. Artinya Profitabilitas rata-rata UKM Mebel dan Furnitur yang memperoleh fasilitas kredit dari lembaga keuangan formal memperoleh profitabilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang tidak memperoleh fasilitas kredit.
5. Pemakaian internet tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas unit usaha. Artinya pemakaian internet tidak mempengaruhi profitabilitas yang diperoleh oleh unit usaha yang menggunakan fasilitas tersebut.

5.2. Saran

1. Ekspor harus ditingkatkan melalui pembukaan tujuan ekspor baru, karena selama ini ekspor untuk produk kerajinan dari Jepara masih di dominasi oleh pasar Amerika Serikat dan Eropa Barat. Selain itu kualitas produk harus dipertahankan karena semakin kompetitifnya persaingan terhadap masuknya produk yang sama terutama dari China, Vietnam dan Thailand.
2. Bagi UKM yang belum mampu menembus pasar internasional, maka harus diusahakan untuk mencapainya, misalnya dengan memperbaiki kualitas produksinya atau bermitra dengan UKM yang sudah mencapai pasar internasional.
3. Pemerintah hendaknya menghimbau agar pemberian kredit oleh perbankan baik itu milik pemerintah maupun swasta hendaknya juga dipermudah karena hanya sedikit sekali UKM di sentra mulyoharjo ini yang memperolehnya. Padahal kredit sendiri terbukti bahwa pemberian fasilitas kredit mempunyai pengaruh yang sangat positif terhadap profitabilitas dari unit UKM ini. Dengan pemberian fasilitas kredit ini diharapkan adanya tambahan modal kerja sehingga unit usaha dapat memperbesar usahanya. Diharapkan pula pemerintah untuk tidak membuat aturan-aturan atau regulasi yang secara rasional memang sangat tidak mungkin untuk dipenuhi oleh UKM
4. Bagi unit UKM yang belum mendapatkan fasilitas modal karena mungkin terbentur dengan administrasi perbankan diusahakan agar persyaratan administrasi yang ada dilengkapi misalnya masalah status legalitas usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Acs. Zoltan J., Morck, Randall., Shaver, Miles J., & Yeung, Bernard. (1997). *The Internalization of Small and Medium -Sized Enterprises: A Policy Perspective. Journal Of Small Bussines Economics*, 9, 7-20.

Becchetti, Leonardo., & Trovatto, Giovanni. (2002). The Determinants of Growth for small and medium sized Firms. The Role of the Availability of External Finance. *Journal Of Small Bussines Economics* 19, 291-306

Badan Pusat Statistik. (2008)

Badan Pusat Statistik Kecamatan Jepara (2007).

Dinas Perindustrian dan perdagangan Kab. Jepara (2009). *Laporan Potensi IKM di Jepara*

Erawaty, Elly dan Badudu, J.S. (1996). *Kamus Hukum-Ekonomi*. Jakarta: proyek ELIPS.

Gujarati, Damodar.(1995). *Ekonometrika Dasar*. (Sumarno Zain, Penerjemah) Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

Handrimurtjahyo, Dedy.A., Susilo, Sri.Y dan Soeroso, Amiluhur.(2007) Faktor-Faktor Penentu Pertumbuhan Industri Kecil: Kasus Pada Industri Gerabah dan Keramik Kasongan, Bantul Yogyakarta. *Agricultural and Rural economy Journal*

Indarti, Nurul & Langenberg, Marja (2002). Factor Affecting Business Succes Among SMES; Empirical Evidence From Indonesia, The Institutional Collaboration between Delft University of Technology (Netherlands), Rheinisch-Westaalische Technische Hochschule of Aachen (Germany) and Gadjah Mada University (Indonesia) through Asia-Link Program Founded by European Commission

Kreiti, G. (2002). Corporate Growth of Eengineering Consulting Firms. *Journal of Construction Management and Economics*, 20,437-448

Keegan, Warren J. (1996). *Manajemen Pemasaran Global*. (Alexander Sindoro, Penerjemah.). Jilid. 2. Jakarta: Prehalindo.

Kertajaya, Hermawan. (2005). *Attracting Tourist, traders, investors: strategi memasarkan daerah di era otonomi daerah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Kotler, Philip and Armstrong, Gary J. (1996). *Principles of Marketing* (7 rd.ed.) Prentice Hall, Inc

Kuncoro, M . (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. (2008). Pembiayaan Usaha Kecil. *Economic Review Journal*.

Kuswandari, Ermi.(2008). *Analisis dampak orientasi pemasaran terhadap pertumbuhan usaha bagi usaha kecil dan menengah, studi pada industry kecil menengah Kerajinan anyaman serat tumbuhan di kecamatan sentolo dan nanggulan*. Tesis program pasca sarjana ilmu ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia 2008

Mulyadi (2001) *Balance Scorecard*. Jakarta: Salemba Empat.

Mohammed, Rafi A., Jaworski, Bernard J., Padisson, Gordon J., Fisher. Robert j. (2002). *Internet marketing building in a Networked Economy*. International Edition. Published by Mc Graw-Hill/ Irwin, a Bussines unit of the Mc. Graw-Hill Company.

Mulyono, Teguh Pudjo. (2001). *Manajemen Perkreditan bagi Bank Komersial*. (Edisi 4.). Yogyakarta: BPFE

Organisasi Centra Industri Mulyoharjo. Jepara. Tahun 2009.

Pindyck, Robert S & Rubinfeld, Daniel L (2007). *Mikroekonomi* (Nina Kurnia Dewi, Penerjemah). Jakarta.: PT Indeks

Qian, Gongming., & Li, Lee. (2001). Profitability of Small-and Medium Sized Enterprises in High-Tech Industries: The Case Of The Biotechnology Indutry. *Journal of Strategic Management*, 24, 881-887.

Rianto, Yan., Triyono, Budi., Kardoyo, Hadi., Laksani, Chichi Shintia (2005). *Technological Learning di Industri Kecil dan Menengah. studi kasus: UKM suku cadang otomotif*. Jakarta: Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia

Riduwan (2009). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Cetakan ke-6). Bandung: Alfabeta.

Roperti ,S.(1999), Modeling Small Business Growth and Profitability. *Journal of Small Business Economics*, 13, pp. 235 – 252

Said, Adri dan Widjaja, Ika N. (2005). *Akses keuangan UMKM*. Penerbit Yayasan Konrad Adenauer

Sekaran, U. (2003). *Research Method for Business A Skill-Building Approach*. (4rd ed.). Singapore: Jhon Wiley and Sons. Inc.

Sellito, Carmen., Wenn, Andrew., Burgess, Stephen. (2003). A Review of the web Sites of Small Australian Wineries: Motivations, Goals and Succes. *Journal of Management and information Technology*, 4, 215-232

Sinungan, Muchdarsyah.(1995). *Dasar-Dasar dan Tehknik Managemen Kredit*. (Cetakan Kedelapan.). Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiarto., Herlambang, Tedy., Brastoro., Sudjana, Rachmat., Kelana, Said.(2005). *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komperhensif*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Sugiono.(1999). *Statitik Untuk Penelitian*. Bandung:Alfabeta

Supranto,J.(1993). *Statistik Teori dan Aplikasi*. (Edisi Kelima Jilid II.). Jakarta: Erlangga

Suyatno,Thomas.dkk.(1993). *Dasar-dasar Perkreditan*. (Edisi Ketiga.). Jakarta: PT Gramedia.

Tambunan, Tulus. (2002). *Peran UKM bagi perekonomian Indonesia dan Prospeknya.*” Manajemen Wirausahawan Indonesia.

Todaro, Michael P. dan Smith, Stephen C. (2004). *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. (Edisi Kedelapan.). Jakarta: Erlangga.

Widjarno, Teguh.(2007). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Ekonesia. Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

www.kapan.lagi.com

www.Kementrian Negara Koperasi dan UKM.com

Yulinar (2007). *Analisis faktor-faktor yang pendorong Pertumbuhan UKM di Propinsi lampung*. Tesis program pasca sarjana Ilmu ekonomi Universitas Indonesia

Lampiran. 1

Tabel. Hasil Penelitian Terhadap 46 Responden Yang menjadi Sampel

No	Profitabilitas (Y)	Expor (x1)	Ukuran Usaha (x2)	Umur Usaha (x3)	Kredit (x4)	Internet (x5)
1	73900000	266500000	10	13	0	0
2	40000000	199440000	9	20	0	0
3	150000000	463200000	30	20	0	1
4	18000000	0	3	15	0	0
5	72000000	0	8	21	0	0
6	6000000	35200000	1	12	0	0
7	36000000	0	4	4	0	0
8	7236000	31356000	2	15	0	0
9	350000000	1570800000	75	8	1	1
10	100000000	376012000	10	10	0	1
11	12000000	26668800	3	15	0	0
12	42792000	139074000	7	14	0	0
13	25000000	72660000	8	7	0	1
14	28000000	84000000	10	8	0	0
15	10060000	46175400	2	7	0	0
16	27150000	42529500	5	5	0	1
17	125280000	300000000	20	4	1	1
18	40000000	156080000	4	5	0	0
19	50000000	0	4	2	0	0
20	60000000	342040000	20	3	0	0
21	12000000	0	2	4	0	0
22	34776000	132980000	13	3	0	1
23	18000000	19390000	3	10	0	0
24	30000000	55040000	5	5	0	0

25	125000000	500000000	55	13	0	1
26	12000000	0	1	9	0	0
27	62400000	261888000	15	10	0	0
28	56160000	86112000	15	20	0	0
29	90000000	385920000	10	3	0	0
30	24000000	90060000	4	4	0	1
31	25000000	18750000	16	8	0	0
32	26520000	79560000	4	2	0	0
33	24000000	21000000	3	20	0	0
34	30000000	119680000	5	15	0	1
35	16390000	61462500	3	4	0	0
36	44760000	110980000	10	5	1	1
37	22306000	72306000	3	10	0	0
38	80000000	358792000	28	11	0	1
39	42000000	0	4	6	0	0
40	18000000	0	2	4	0	0
41	9000000	0	1	8	0	0
42	48000000	128000000	6	8	1	1
43	96000000	200000000	15	12	0	0
44	24000000	72000000	3	4	0	0
45	36000000	120000000	3	14	0	0
46	60000000	0	10	20	0	0

Lampiran. 2

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 06/04/09 Time: 15:54

Sample: 1 46

Included observations: 46

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8528055.	5466178.	1.560150	0.1266
X1	0.152927	0.023773	6.432832	0.0000
X2	979856.8	441524.8	2.219257	0.0322
X3	820595.8	473613.9	1.732626	0.0909
X4	24674106	11112385	2.220415	0.0321
X5	-4172748.	6972789.	-0.598433	0.5529
R-squared	0.917200	Mean dependent var	50863696	
Adjusted R-squared	0.906850	S.D. dependent var	56326202	
S.E. of regression	17191055	Akaike info criterion	36.27878	
Sum squared resid	1.18E+16	Schwarz criterion	36.51730	
Log likelihood	-828.4120	F-statistic	88.61808	
Durbin-Watson stat	2.567356	Prob(F-statistic)	0.000000	

Lampiran. 3

Hasil Uji White Heterokedasticity

No cross terms

White Heteroskedasticity Test:

F-statistic	1.132618	Probability	0.374425
Obs*R-squared	18.74334	Probability	0.343462

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 06/04/09 Time: 16:02

Sample: 1 46

Included observations: 46

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.19E+14	2.31E+14	1.813932	0.0804
X1	-4017489.	2537563.	-1.583207	0.1246
X1^2	0.003404	0.006836	0.497957	0.6224
X1*X2	123743.9	156417.7	0.791112	0.4355
X1*X3	80762.45	143113.1	0.564326	0.5770
X1*X4	1.65E+08	1.07E+08	1.534631	0.1361
X1*X5	2077689.	2156729.	0.963352	0.3436
X2	4.27E+13	3.32E+13	1.285856	0.2090
X2^2	-7.20E+11	1.02E+12	-0.708170	0.4847
X2*X3	-1.83E+12	2.72E+12	-0.673129	0.5064
X2*X4	-3.68E+15	2.38E+15	-1.547357	0.1330
X2*X5	-4.38E+13	3.89E+13	-1.125469	0.2699
X3	-6.49E+13	4.67E+13	-1.389688	0.1756
X3^2	3.73E+12	2.18E+12	1.715805	0.0972
X3*X4	-5.84E+15	3.73E+15	-1.566051	0.1286
X3*X5	-9.69E+12	3.90E+13	-0.248564	0.8055
X4	4.79E+16	3.05E+16	1.574446	0.1266
X5	2.53E+13	4.30E+14	0.058912	0.9534
R-squared	0.407464	Mean dependent var	2.57E+14	
Adjusted R-squared	0.047710	S.D. dependent var	3.55E+14	
S.E. of regression	3.46E+14	Akaike info criterion	70.08111	
Sum squared resid	3.36E+30	Schwarz criterion	70.79667	
Log likelihood	-1593.866	F-statistic	1.132618	
Durbin-Watson stat	1.913774	Prob(F-statistic)	0.374425	

Lampiran.4

Hasil Uji White Heterokedasticity

Cross Term

White Heteroskedasticity Test:

F-statistic	1.829233	Probability	0.102514
Obs*R-squared	13.03713	Probability	0.110578

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 06/04/09 Time: 16:03

Sample: 1 46

Included observations: 46

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.46E+14	2.03E+14	1.705266	0.0965
X1	-352481.7	807620.1	-0.436445	0.6651
X1^2	2.06E-05	0.000662	0.031148	0.9753
X2	2.54E+13	1.84E+13	1.381591	0.1754
X2^2	-2.67E+11	3.24E+11	-0.822933	0.4158
X3	-6.91E+13	3.95E+13	-1.749297	0.0885
X3^2	3.67E+12	1.74E+12	2.110087	0.0417
X4	2.01E+14	2.27E+14	0.886954	0.3808
X5	-1.03E+14	1.44E+14	-0.714772	0.4792
R-squared	0.283416	Mean dependent var	2.57E+14	
Adjusted R-squared	0.128479	S.D. dependent var	3.55E+14	
S.E. of regression	3.31E+14	Akaike info criterion	69.87989	
Sum squared resid	4.06E+30	Schwarz criterion	70.23767	
Log likelihood	-1598.238	F-statistic	1.829233	
Durbin-Watson stat	1.797626	Prob(F-statistic)	0.102514	

Lampiran. 5

Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	2.686686	Probability	0.081030
Obs*R-squared	5.698775	Probability	0.057880

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

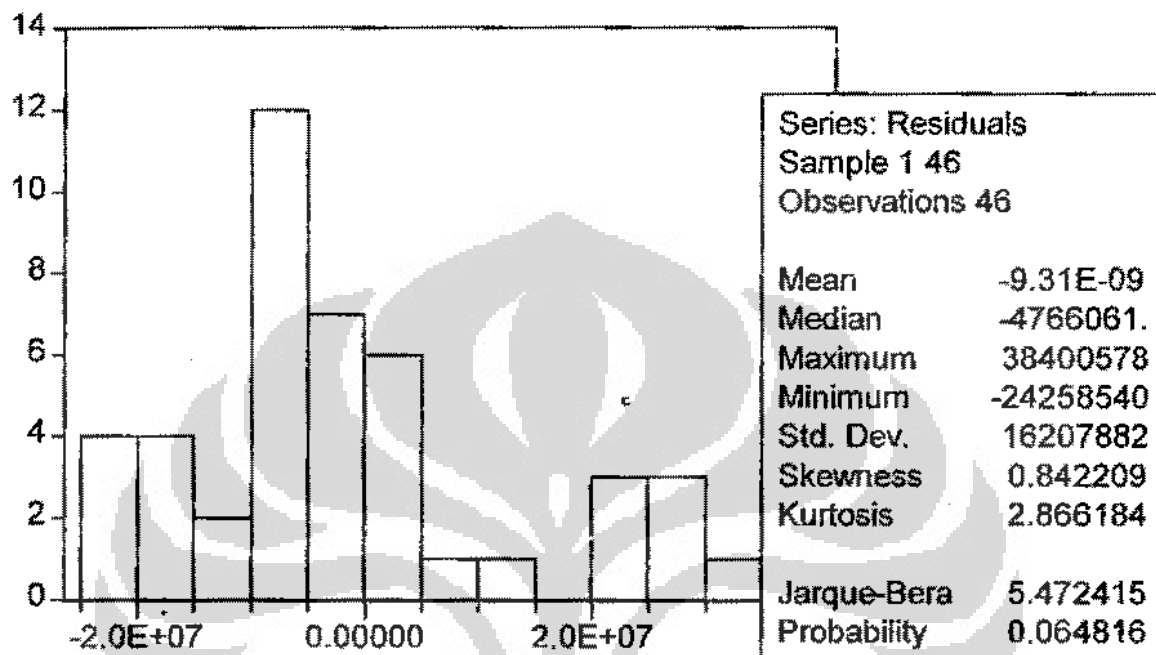
Date: 06/04/09 Time: 16:02

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1112177.	5313882.	0.209296	0.8353
X1	0.001448	0.022849	0.063377	0.9498
X2	-81744.38	425478.1	-0.192124	0.8487
X3	-55368.80	456303.4	-0.121342	0.9041
X4	-1679505.	10742595	-0.156341	0.8766
X5	288186.7	7216826.	0.039933	0.9684
RESID(-1)	-0.298268	0.174021	-1.713979	0.0947
RESID(-2)	0.141172	0.176922	0.797933	0.4299
R-squared	0.123886	Mean dependent var	-9.31E-09	
Adjusted R-squared	-0.037503	S.D. dependent var	16207882	
S.E. of regression	16509006	Akaike info criterion	36.23348	
Sum squared resid	1.04E+16	Schwarz criterion	36.55151	
Log likelihood	-825.3701	F-statistic	0.767625	
Durbin-Watson stat	1.898265	Prob(F-statistic)	0.617729	

Lampiran. 6

Hasil Uji Normalitas



Lampiran. 7

Hasil Uji Ramsey

Ramsey RESET Test:

F-statistic	0.271120	Probability	0.763988
Log likelihood ratio	0.651756	Probability	0.721893

Test Equation:

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 06/08/09 Time: 21:04

Sample: 1 46

Included observations: 46

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	12280950	7609923.	1.613808	0.1148
X1	0.104666	0.071308	1.467813	0.1504
X2	389473.7	923559.0	0.421710	0.6756
X3	634987.3	546189.5	1.162577	0.2523
X4	18049125	14722837	1.225927	0.2278
X5	-3148739.	7668646.	-0.410599	0.6837
FITTED^2	4.00E-09	5.46E-09	0.732175	0.4686
FITTED^3	-8.55E-18	1.18E-17	-0.723423	0.4738
R-squared	0.918365	Mean dependent var	50863696	
Adjusted R-squared	0.903327	S.D. dependent var	55326202	
S.E. of regression	17513141	Akaike info criterion	36.35157	
Sum squared resid	1.17E+16	Schwarz criterion	36.66960	
Log likelihood	-828.0862	F-statistic	61.06924	
Durbin-Watson stat	2.546848	Prob(F-statistic)	0.000000	

Lampiran 8

KATA PENGANTAR

Perihal : Permohonan Pengisian Kuisisioner
Lampiran : Satu Berkas
Judul Tesis : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS
USAHA KECIL DAN MENENGAH MEBEL DAN FURNITUR
MULYOHARJO JEPARA TAHUN 2008
Kepada Yth : Bapak/ Ibu/ Sdr. Pengrajin pada UKM Mulyoharjo, Jepara

Dengan hormat,

Dalam rangka penulisan tesis di Universitas Indonesia. Tesis ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Ekonomi di Universitas Indonesia. Maka saya mohon dengan sangat kepada Bapak/ Ibu/ Sdr para pengrajin di sentra UKM Mulyoharjo Jepara untuk menjawab pertanyaan dan mengisi kuisisioner yang telah dipersiapkan.

Pertanyaan dan kuisisioner yang akan diisi tidak terkait dengan kegiatan apapun kecuali hanya untuk tujuan penelitian akademis. Maka dari itu Bapak/ Ibu/ Sdr tidak perlu takut dan ragu-ragu dalam memberikan jawaban dan mengisi kuisisioner yang telah disediakan dengan sejujurnya. Artinya semua jawaban yang diberikan oleh Bapak/ Ibu/ Sdr adalah benar dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya yang terjadi pada usaha yang Bapak/ Ibu/ Sdr jalankan.

Setiap jawaban yang diberikan merupakan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya, saya mengucapkan terimakasih.

Jakarta, April 2009

Hormat saya,

Weni Syamsu Dhukha

Kuisisioner Penelitian

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS PADA UKM MEBEL DAN FURNITUR MULYOHARJO JEPARA TAHUN 2008”

I. Petunjuk Pengisian:

- a. Kepada Bapak/ Ibu/ Sdr untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan jujur dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
- b. Berilah tanda silang (X) pada kolom yang tersedia pada kuisisioner dan pilih sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Mohon bapak/ Ibu/ Sdr menjawab dengan sebenarnya sesuai dengan kondisi yang ada.
 1. Tanggal April 2009 :
 2. Tanda Tangan :
 3. Tujuan Penelitian :

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari pengusaha / pengrajin tentang faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada UKM Mebel dan Furnitur di Mulyoharjo Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara.

II. Identitas dan Manajemen Perusahaan

- a. Nama Perusahaan :
- b. Alamat perusahaan :
- c. Alamat Kantor :
- d. Alamat :
- e. No. Telepon :
- f. Alamat produksi :
- g. Apakah perusahaan berbadan hukum atau berizin usaha?
 - 1) Ya
 - 2) tidak
- h. Sudah berapa lama perusahaan berdiri?

III. Identitas Pengusaha

- a. Nama :
- b. Alamat :
- c. No Telp atau Email :

- d. Tanggal lahir/ umur :
- e. Pendidikan Terakhir :
- 1) SD 3) SMU 5) Sarjana
- 4) SLTP 4) Diploma

IV. Sumber Daya Manusia

- a. Berapa Jumlah Karyawan yang bekerja di tempat Anda.....
- b. Sebutkan komposisi karyawan menurut Jenis kelamin.....
1. Laki-Laki..... Orang 2. Perempuan.....Orang
- c. Sebutkan komposisi karyawan menurut pendidikan yang dimiliki
1. SD... ..Orang 3. SMU.....orang
2. SLTP.....orang 4. Sarjana.....Orang
- d. Berdasarkan atas apa anda melakukan perekrutan terhadap:
1. pendidikan 2. keahlian.
- e. Berapa kali pengusaha mengikuti pelatihan produksi dalam setahun
- f. Berapa kali karyawan mengikuti pelatihan produksi dalam setahun
- g. Berapa sering pengusaha mengikuti pelatihan manajemen dalam setahun
- h. Berapa sering karyawan mengikuti pelatihan manajemen dalam setahun

V. Aspek Operasi dan Produksi

- a. Berapa Pengeluaran untuk bahan baku Utama? Rp
- b. Selain bahan baku, biaya apalagi yang dikeluarkan untuk produksi?
- c. Berapa biasanya pengeluaran anda untuk membeli komponen pendukung produksi tersebut?
- d. Dari mana perusahaan mendapatkan pasokan material
1. Dari dalam daerah 2. dari luar daerah
- e. Sebutkan kota yang asal bahan baku utama
- Adakah dalam proses produksi menggunakan peralatan tertentu
1. tidak ada 2. mesin sederhana
- f. Apakah dasar anda dalam memproduksi produk utama perusahaan
1. Berdasarkan pesanan 2. masal 3. kombinasi
- g. Bagaimana proses pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan
1. kreasi sendiri 2. berdasarkan pesanan

VI. Aspek Pemasaran

- a. Apakah untuk mengenalkan produk anda, atau bertransaksi dengan kousumen bapak menggunakan internet?
 1. Ya
 - 2 Tidak
- b. Apakah produk yang dihasilkan saat ini dijual langsung kekonsumen?
 1. Ya
 - 2 Tidak
- c. Apakah dalam penjualan produk Anda tersebut menggunakan perantara?
 - 1 Ya
 - 2 Tidak
- d. Apakah produk anda sudah mencapai pasar luar negeri/ ekspor?
 - 1 Ya
 - 2 Tidak
- e. Jika Anda mengekspor apakah anda melakukannya secara langsung?
- f. Jika Anda mengekspor berapa prosentase ekspor anda dari total penjualan di tahun 2008?

VII. Aspek Keuangan

- a. Bagaimana kondisi keuangan dilihat dari aspek keuangan
- b. Nilai investasi (modal Awal) Rp.
- c. Bagaimana Anda membiayai usaha anda selama ini
- d. 1 modal sendiri
- 2 kredit
- e. Apakah bapak mempunyai piutang usaha
 - 1 ya, berapa besarnya
 - 2 tidak
- f. Nilai persediaan barang produksi Anda di tahun 2008 Rp.
- g. Nilai produksi per tahun Rp.
- h. Nilai total penjualan anda di tahun 2008 Rp.
- i. Berapa nilai barang dangagan yang belum terjual selama tahun 2008?
- j. Laba (rugi)/nilai tambah
- k. Bagaimana kondisi usaha bapak di tahun 2007
 1. Untung
 2. rugi
- g. Berapa nilai total penjualan produksi barang anda di tahun 2008 Rp.