

STRATEGI PEMBERDAYAAN INDUSTRI KECIL DAN KERAJINAN MELALUI PENGEMBANGAN PEMASARAN DAN PERMODALAN DI PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

P. Eko Prasetyo
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstract

The strategies for developing of small-scale enterprise are relying on data come from secondary sources of information especially from several research and studies reports. Small businesses are an economic activity dominating more than 95% of Yogyakarta's economic structure. This sector has both economic and social politic strategic role. The economic function of this sector, among others, to provide merchandises and service for consumers from low to middle level of purchasing power; it contributes more than a half of economic growth and is contributive to the country's foreign exchange income. Socio politically, the function of this sector is also crucial, especially in labour absorption and in the poverty alleviation efforts. Apart from the above, small business development is basic need for Yogyakarta, which practices a specific economic system, namely people's economy. Indonesia's economic system prioritizes people's economic interest, namely that which involves public interests.

Keywords: *small-scale enterprise, level of purchasing power, people's economy, poverty alleviation, labour absorption*

PENDAHULUAN

Strategi pembangunan ekonomi Indonesia saat ini perlu dan harus ditata kembali menuju ke arah dan misi pembangunan ekonomi kerakyatan. Karena pembangunan di tingkat mikro, baik di perkotaan maupun di pedesaan, nampak masih banyak kesan yang sangat kurang menyenangkan. Akibatnya, pembangunan di tingkat makronya pun

menjadi rapuh dan tidak tahan terhadap dampak krisis yang berkepanjangan yang kini masih sedang kita rasakan.

Ada beberapa argumentasi dasar bahwa kondisi mikro ekonomi Indonesia tidak seperti apa yang kita harapkan, antara lain disebabkan:

- 1) Karena strategi pembangunan ekonomi yang telah dijalankan selama ini telah mengabaikan sektor tradisional yang sesungguhnya merupakan basis kegiatan ekonomi rakyat banyak. Faktanya banyak usaha rakyat seperti Industri Rumah Tangga (IRT), Industri Skala Kecil (ISK), dan pedagang kecil serta usaha kecil lainnya tidak dapat berkembang bahkan “mati” karena tidak mampu bersaing dengan usaha besar yang banyak memperoleh fasilitas.
- 2) Masih berkembangnya konglomerasi saat ini merupakan fenomena yang tetap mengkuatirkan meskipun kabinet Gus Dur telah meminimkannya, karena kepentingannya tidak selalu sejalan dengan kepentingan mayoritas rakyat. Misalnya jika konglomerasi sudah menguasai pangsa pasar (*market share*) dan faktor produksi, fenomena ini merupakan hukum besi ekonomi yang cenderung tetap merugikan yang kecil.
- 3) Praktek-praktek monopoli dan KKN masih terus berkembang. Celakanya, di Indonesia monopoli ini terjadi karena lisensi dan proteksi yang “didukung” DPR bukan karena *Comparatif Advantage* yang sehat. Akibatnya, saat ini masih semakin sering melahirkan inefisiensi dan distorsi.
- 4) Pengusaha kecil dan sektor informal yang nota bene merupakan bagian terbesar dari usaha rakyat, justru mengalami kesulitan untuk mengembangkan diri. Misalnya untuk menambah modal masih tetap kesulitan, karena berbagai syarat peminjaman yang masih sangat ketat dari Bank dan LKBB. Sekalipun ada kebijakan tentang hal ini “*barulah slogan saja*”. Dalam praktek kebijakan itu hanya menertibkan saja, akibatnya justru “*sering*” menggusur dan selanjutnya memusnahkan yang kecil.
- 5) Upah buruh/pekerja yang masih rendah dan eksploitasi terhadap pekerja perempuan masih sering terus terjadi. Dampaknya adalah sekalipun proses pembangunan telah menciptakan peluang kerja, namun dalam kenyataannya kesempatan kerja itu tidak menjamin si pekerja dapat lepas dari kemiskinan.

Namun demikian, tentu saja Pemerintah dalam hal ini tidak dapat begitu saja dikatakan sebagai aktor yang tidak memihak rakyat banyak. Karena dalam perjalanannya selama ini tidak sedikit juga strategi pembangunan ekonomi Indonesia yang “memihak” pada rakyat kecil. Misalnya; melalui program pengembangan koperasi, program perkreditan (BIMAS/INMAS, KIK/KMKP dan KUT/KKU), penyisihan keuntungan BUMN 1 – 5 %, pengalihan saham konglomerasi hingga 25 %, program IDT/JPS dan sebagainya.

Problem pokoknya adalah semua strategi itu ternyata banyak yang kurang berhasil dan tidak dapat menyentuh sendi-sendi dasar usaha kecil yang dalam kenyataannya mereka berkembang karena kreativitasnya bukan karena fasilitas. Karena itu, perlu dicarikan beberapa faktor dominan apakah yang sangat berpengaruh positif terhadap upaya pengembangan usaha kecil di Indonesia. Harapannya adalah faktor dominan tersebut (internal dan eksternal) dapat dijadikan sebagai motor penggerak utama agar usaha kecil mampu mandiri dan tetap eksis dalam segala gangguan krisis apapun.

Dengan demikian, pembahasan dalam jurnal ini baru mengacu kepada alternatif strategi industrialisasi yang berdasarkan pada sektor manufaktur padat karya yang memanfaatkan keunggulan komparatif versus industri kerajinan tradisional yang hanya berdasarkan pada keunggulan kompetitif. Kemudian alternatif pembahasan yang dipilih dalam jurnal kali ini adalah ingin dikemukakan salah satu strategi pengembangan pemasaran dan permodalan untuk pemberdayaan usaha kecil yakni pada sub sektor industri kecil kerajinan bambu di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tujuan pembahasan dalam tulisan ini adalah mengacu kepada hasil penelitian sebelumnya dari penulis yang sama, yakni yang mengatakan bahwa faktor utama yang paling dominan yang dihadapi usaha kecil adalah faktor pemasaran dan permodalan. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah hasil analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats*) dan hasil regresi sistem simultan beserta hasil path analysis. Pendekatan tersebut pada dasarnya lebih mengacu kepada situasi internal yang meliputi sumber daya, tinjauan terhadap strategi yang telah dijalankan dalam upaya pengembangan industri kecil kerajinan bambu di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

PEMBAHASAN

Dalam konteks permasalahan yang paling sederhana, ekonomi rakyat itu sendiri adalah strategi “bertahan hidup” yang dikembangkan oleh penduduk/rakyat miskin (Mubyarto, 1997). Sedangkan strategi dapat dilihat sebagai tindakan atau pola tindakan besar yang khusus, untuk mencapai cita-cita atau tujuan. Menurut Bappenas, ekonomi rakyat ialah segala kegiatan dan upaya rakyat untuk memenuhi kebutuhan dasar (*basic needs*) hidupnya, yaitu pangan, sandang, papan, kesehatan, dan pendidikan. Sementara itu, pemberdayaan dapat dipandang sebagai jembatan bagi konsep-konsep pembangunan mikro-makro, (Kartasmita, 1996). Karena itu, pendekatan utama yang dibutuhkan untuk memberdayakan pengusaha kecil/lemah itu ialah mereka jangan dijadikan sebagai obyek dari berbagai proyek pembangunan, tetapi harus dijadikan sebagai subyek dalam upaya pembangunannya sendiri.

Pada saat ini dapat kita rasakan bersama komitmen Pemerintah nampak semakin “menguat” terhadap upaya pengembangan usaha kecil di Indonesia termasuk di DIY. Sejak masa orde baru (1990-an) sampai dengan kabinet reformasi Habibie hingga kabinet persatuan Gus Dur saat ini telah memberikan mandat yang sama demi pengembangan usaha kecil dan koperasi. Strategi berpusat pada upaya mendorong percepatan perubahan struktural yang memperkuat kedudukan dan peran ekonomi rakyat dalam perekonomian nasional. Namun, strategi yang dilakukan oleh Pemerintah selama ini dirasakan belum mengenai pokok persoalan yang paling mendasar yang sebenarnya dibutuhkan oleh usaha kecil (industri kecil dan kerajinan).

Pengalaman selama ini memperlihatkan, bahwa strategi pengembangan usaha kecil masih mengandung banyak kelemahan. Sekalipun ada beragam program dan intervensi yang telah sering diarahkan bagi upaya pengembangan usaha kecil, manfaat yang mereka rasakan tetap belum optimal juga. Setidaknya karena ada beberapa isu sentral yang penting diperhatikan dalam konteks kebijakan dan program bagi pengembangan usaha kecil. Misalnya; adanya bias-bias homogenisasi yang cenderung menyeragamkan program untuk beragam jenis usaha yang ada, bias formalisasi yang cenderung menilai status dan pengelolaan informasi yang cenderung kurang memberikan perhatian terhadap sektor usaha kecil non industri serta bias gender yang belum memperhitungkan peran dan keterlibatan laki-

laki dan perempuan dalam program-program yang dikembangkan. Hal tersebut berakibat pada program-program yang dijalankan menjadi sering kurang efektif. Hal ini berimplikasi terhadap pemahaman tentang dinamika usaha kecil yang terus perlu ditingkatkan untuk menciptakan program-program yang spesifik berdasarkan kebutuhan masing-masing jenis usaha yang heterogen.

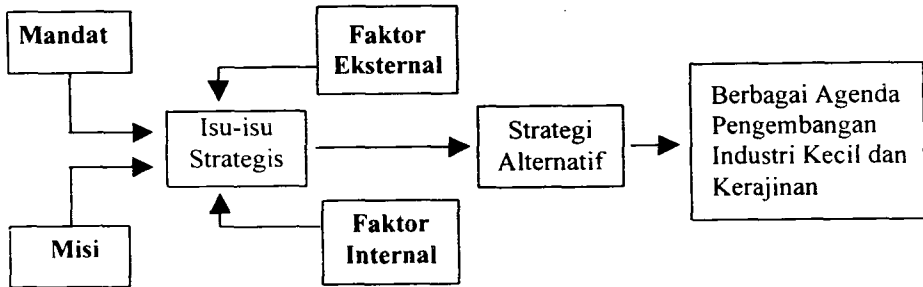
Secara faktual kita menyadari bahwa pengembangan sektor usaha kecil juga sangat dipengaruhi oleh situasi makro ekonomi di samping kemampuan internal usaha kecil itu sendiri. Dalam kebijakan makro ekonomi saat ini, pengembangan usaha kecil mulai dijadikan sebagai salah satu prioritas karena usaha kecil telah terbukti tahan terhadap gangguan krisis multidimensional yang masih berkepanjangan ini. Akan tetapi, dalam prakteknya dukungan pemerintah dan institusi lembaga keuangan terhadap mereka masih sangat minim dibanding kepada sektor ekonomi besar (lihat seperti kemana larinya uang BLBI selama ini?).

Sementara itu, proses transformasi usaha kecil juga masih akan dihambat oleh sistem pemilikan hak intelektual (*intellectual property*) yang sangat efektif mencegah alihnya teknologi dari negara maju maupun perusahaan besar, sehingga dikuatirkan keunggulan kompetitif dalam memanfaatkan teknologi sederhana menjadi tidak akan banyak manfaatnya. Fenomena ini disebabkan oleh karena struktur pasar monopoli-monopsoni pada usaha kecil semakin sulit dihindari. Jika hal ini benar-benar terjadi sungguh sangat dikuatirkan, karena pada akhirnya satu-satunya peluang berkembang usaha kecil hanyalah menjadi pensuplai tenaga kerja murah dan berpendidikan rendah dan dalam perusahaan-perusahaan sistem subkontrak saja. Sementara itu, karakteristik mereka yang sangat heterogen dan tersebar hingga ke pelosok desa menyebabkan usaha kecil semakin sulit untuk dipersatukan ke dalam satu wadah untuk memperjuangkan kepentingan mereka.

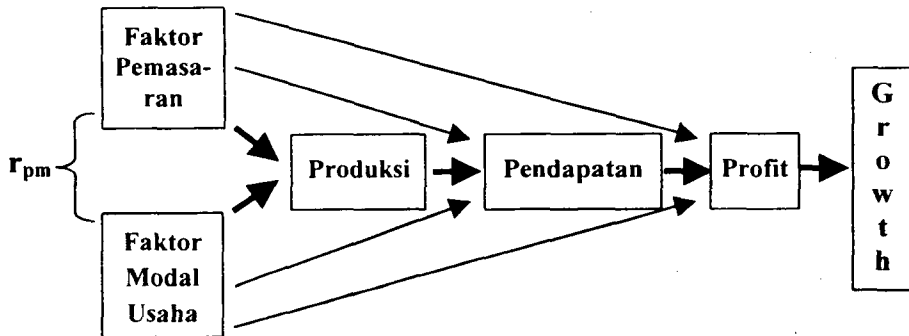
Dengan demikian, studi ini mengambil posisi bahwa untuk melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan faktor internal maupun eksternal. Karena kedua faktor inilah yang mempengaruhi, dan minimal menentukan dinamika pengembangan dan perkembangan usaha kecil. Dari sisi eksternal misalnya kecenderungan nasional dalam politik selama ini, kondisi pasar, kebijakan, ekonomi, teknologi, situasi kolaborator dan kompetitor merupakan beberapa aspek

yang perlu diperhatikan. Sementara telaah dari sisi internal adalah lebih memfokuskan pada aspek dinamika internal usaha kecil itu sendiri. Misalnya karakteristik usaha, diferensiasi usaha, fleksibilitas usaha terhadap faktor-faktor produksi internal, dan strategi usaha itu sendiri. lihat gambar 1 & 2 di bawah ini.

Gambar 1. Skema Desain Analisis Perumusan Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil



Gambar 2. Strategi Pengembangan Faktor Pemasaran dan Modal Usaha Sebagai Strategi Dasar Pemberdayaan Industri Kecil dan Kerajinan di DIY



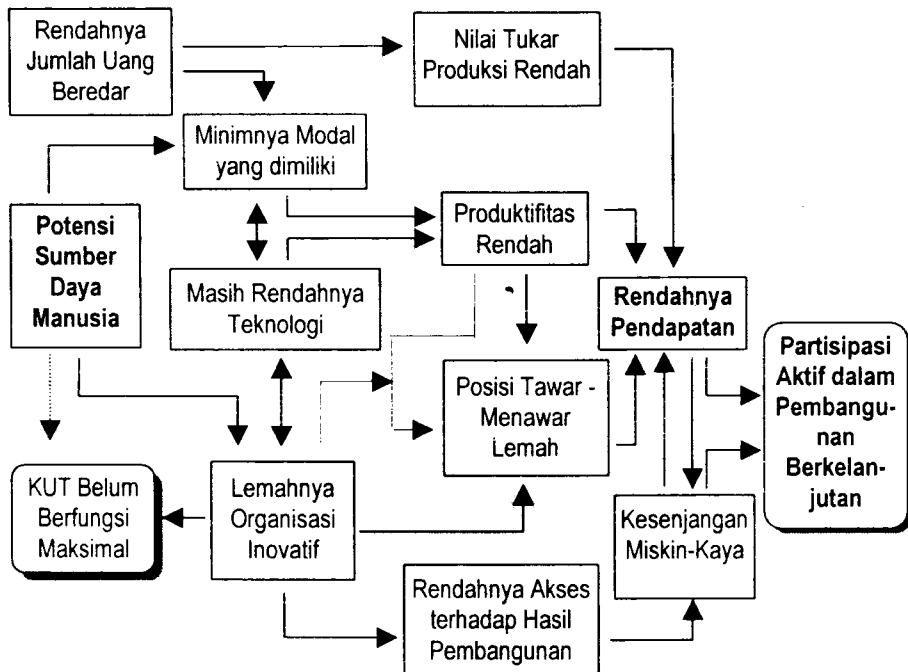
PEMBERDAYAAN USAHA KECIL MELALUI PENGEMBANGAN PEMASARAN DAN MODAL USAHA

1. Sistem Kausalitas

Secara kausalitas, masalah ketidakberdayaan dan keterbelakangan yang selama ini terjadi di desa penelitian nampak telah terbalut

oleh berbagai kondisi yang satu sama lain saling berpengaruh dan melembaga. Kondisi tersebut antara lain:

- a. Lemahnya nilai tukar hasil produksi kerajinan bambu.
- b. Rendahnya produktivitas dan lemahnya organisasi inovatif.
- c. Rendahnya perkembangan sumber daya manusia (SDM).
- d. Akses terhadap hasil pembangunan berkelanjutan rendah.
- e. Masih sangat minimnya modal usaha/uang yang dimiliki.
- f. Sangat minimnya perputaran jumlah uang beredar (JUB).
- g. Rendahnya teknologi inovasi yang dimiliki.
- h. Rendahnya pendapatan mereka (perajin dan petani).
- i. Masih lemahnya posisi tawar menawar hasil kerajinan.
- j. Adanya kesenjangan kaya dan miskin.



Jika kondisi di atas saling dikaitkan satu sama lain dalam pola hubungan sebab akibat, maka muncullah wajah ketidakberdayaan dan kemiskinan yang terjadi di desa penelitian. Ketidakberdayaan ini dapat berbentuk rendahnya pendapatan (perajin dan petani), sehingga tidak nampak adanya keterlibatan kelompok miskin dalam suatu

proses penyelenggaraan sistem ekonomi nasional, atau rendahnya partisipasi dalam proses pembangunan berkelanjutan.

Kondisi kausalitas ini, jika ditelusuri akar penyebabnya adalah karena masih sangat kecilnya distribusi Jumlah Uang Beredar (JUB) di dalam masyarakat pedesaan itu sendiri dan masih lemahnya pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM). Dengan demikian, salah satu upaya yang perlu dilakukan untuk mengatasinya adalah dengan cara *empowerment* (memberikan kekuatan dan meningkatkan kemampuan SDM masyarakat perajin itu sendiri agar dapat berswada-daya mandiri).

Tindakannya dapat dilakukan dengan cara pemberian bantuan modal kerja, kerja sama pemasaran (aliansi strategis yang saling disertai dengan industri menengah dan besar). Bantuan teknologi yang disertai dengan bimbingan terhadap sumber daya manusia sangat diperlukan, karena mengingat tingkat pendidikan sebagai besar perajin masih rendah. Persoalannya, bantuan apa saja yang harus diberikan agar bantuan tersebut bermanfaat? Secara kausalitas nampaknya adalah berbentuk penambahan distribusi JUB yang dapat berupa bantuan modal kerja dalam bentuk pinjaman modal uang (kredit) dan peningkatan SDM sebagai langkah awal pengembangannya.

Berdasarkan gambar 2 dan gambar 3 di atas, nampaknya bantuan yang cocok diberikan adalah dapat berbentuk distribusi penambahan jumlah uang beredar yang dapat dilakukan melalui bantuan modal kerja usaha dalam bentuk uang, dan bantuan peningkatan ketrampilan atau pengetahuan serta manajemen sumber daya manusia pengusaha kecil sebagai langkah awal. Di samping itu, juga perlu dibantu pemasaran hasil produksinya melalui kerjasama pemasaran (aliansi strategis yang saling menguntungkan).

2. Hasil Analisis SWOT

Untuk melihat kemampuan dan potensi usaha kerajinan bambu di desa penelitian agar dapat mudah diberdayakan, digunakan alat bantu SWOT (*Strength Weaknesses Opportunities and Threats*). Berdasarkan hasil analisis SWOT, ditemukan bahwa usaha kerajinan di desa penelitian masih memiliki potensi dan kemampuan untuk dikembangkan. Analisis SWOT memberi petunjuk bahwa kelompok simpan pinjam yang selama ini telah terbentuk di desa penelitian sangat mendorong penyaluran dana dan pemupukan modal bagi

kelompok perajin pada khususnya dan masyarakat desa pada umumnya.

Berdasarkan Tabel 1 di bawah ini, nampak bahwa faktor internal adalah sangat urgen untuk diperhatikan guna pengembangan industri kecil dan kerajinan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya untuk membantu memberdayakan usaha kecil di daerah untuk sekaligus memupuk kekuatan yang dimilikinya adalah lebih utama untuk dilakukan terlebih dahulu daripada mengejar peluang dan tantangan yang ada. Kondisi ini sesuai dengan jiwa kewiraswastaan pengusaha kecil, yakni mereka mampu berkembang karena kreatifitasnya bukan karena fasilitas. Hal ini dapat diterima karena secara empiris telah sering terbukti bahwa bantuan dari sisi eksternal dirasakan belum banyak manfaatnya bagi mereka.

Mengingat kondisi usaha kecil ini sedang mulai tumbuh dan berkembang maka ada beberapa langkah strategis untuk memberdayakannya yaitu: (1) menyediakan infrastruktur yang menjamin distribusi sumberdaya yang lebih merata dan terjangkau oleh semua usaha kecil kecil yang sejenis maupun heterogen, (2) menggali dan memanfaatkan potensi kekuatan usaha kecil yang ada selama ini nyaris tidak diperhatikan, (3) mengembangkan institusi hukum untuk mencegah kemungkinan terjadinya eksploitasi oleh kekuatan penghambat yang ada serta untuk menjamin dan melindungi hak intelektual dan hak cipta mereka.

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT Kuantitatif

Keterangan	Weighted	Rating	Sub Score	Total Score
Opportunities :	0.50 :			2.85 :
a. Ekonomi	0.20	6	1.25	
b. Teknologi	0.10	5	0.40	
c. Sosial-budaya	0.15	7	1.05	
d. Politik	0.05	4	0.15	
Treaths :	0.50 :			1.45 :
a. Ekonomi	0.15	5	0.55	
b. Teknologi	0.05	3	0.10	
c. Sosial-budaya	0.15	2	0.30	
d. Politik	0.15	4	0.50	
Total Opp. + Treat	1.00			4.30

Tabel bersambung...

Keterangan	Weighted	Rating	Sub Score	Total Score
Strength :	0.50 :			3.00 :
a. Marketing	0.25	6	1.55	
b. Financial	0.05	4	0.20	
c. SDM	0.10	5	0.50	
d. Produksi	0.10	8	0.80	
Weakness :	0.50 :			1.85 :
a. Marketing	0.15	5	0.75	
b. Financial	0.20	3	0.60	
c. SDM	0.05	2	0.10	
d. Produksi	0.10	4	0.40	
Total Str. + Weakness	1.00			4.85

Lebih lanjut, Tabel 1 menunjukkan bahwa faktor internal yang perlu dikembangkan untuk memberdayakan usaha kecil minimal ada dua faktor utama yakni; faktor tersebut *marketing* (pemasaran) dan *financial* (modal kerja). Karena kedua faktor tersebut memberikan skor yang tertinggi dan lebih dari 50%, sehingga harus lebih diperhatikan. Dengan asumsi faktor yang lain tetap baik, maka pengembangan sektor pemasaran dan modal usaha pada industri kecil dan kerajinan di desa penelitian adalah lebih efektif dan akan berhasil dibanding dengan cara yang lain.

3. Secara Simultan

Hasil penelitian ini menggunakan data primer dengan metode partisipatoris terhadap 120 responden keluarga pengusaha kecil di Yogyakarta. Sebelum data dan variabel tersebut dianalisis, terlebih dahulu telah dilakukan identifikasi terhadap model sistem simultan yang diajukan baik berdasarkan uji kondisi order maupun rank. Berdasarkan uji kondisi order dan rank tersebut diperoleh hasil teridentifikasi secara tepat (*exactly*). Selain itu, hasil penelitian ini juga telah dinyatakan lulus terhadap uji asumsi klasik, dan hasil penelitian yang dimaksud adalah seperti yang di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Estimasi Parameter Persamaan Output

$$(\text{Ln } Q = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Ln}X_1 + \alpha_2 \text{Ln } X_2 + \alpha_3 \text{Ln } X_3 + \alpha_4 X_4 + \alpha_5 \text{Ln}X_5 + \alpha_6 D_1 + e_1)$$

Variabel Endogen: Output (Q)	Koefisien Regresi	Nilai t-tatistik	Nilai t-tabel	Taraf nyata
Konstanta (α_0)	-8.1629	-32.812 ^a	2.617	$\alpha = 0.5\%$
TK Non Upah (Ln X_1)	0.0119	1.9996 ^b	2.358	$\alpha = 1\%$
Modal (Ln X_2)	0.0926	2.1092 ^a	1.980	$\alpha = 2.5\%$
Pemasaran (Ln X_3)	0.8426	18.3735 ^a	1.658	$\alpha = 5\%$
TK Upahan (X_4)	0.0033	0.1609 ^f	1.425	$\alpha = 7.5\%$
Pendidikan (Ln X_5)	0.0153	1.3826 ^d	1.258	$\alpha = 10\%$
Dummy (D_1)	0.0004	0.0398 ^f	1.041	$\alpha = 15\%$
F-statistik = 855.0863 ^a D.W. statistik = 2.2505 Sampel (n) = 120				
S.E. regression = 0.0480 R ² square = 0.9792 R ² Adjusted = 0.9781				

Keterangan: jika digunakan dengan dua sisi pengujian

- a. signifikan pada derajat kepercayaan = 99 %
- b. signifikan pada derajat kepercayaan = 95 %
- c. signifikan pada derajat kepercayaan = 90 %
- d. signifikan pada derajat kepercayaan = 85 %
- e. signifikan pada derajat kepercayaan = 80 %
- f. tidak signifikan

Sumber: Prasetyo, 1998

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa variabel pemasaran (X_3) terbukti dapat memberikan sumbangan terbesar terhadap variabel output (Q). Sementara variabel modal (X_2) memberikan sumbangan terbesar kedua setelah variabel pemasaran. Secara statistik kedua variabel tersebut (X_3 dan X_2) juga signifikan pada derajat keyakinan 99%. Dengan demikian, pengaruh kedua variabel tersebut dapat dianggap dominan terhadap output.

Tabel 3. Hasil Estimasi Parameter Persamaan Pendapatan

$$(\text{Ln } Y = \beta_0 + \beta_1 \text{Ln} X_1 + \beta_2 \text{Ln} X_2 + \beta_3 \text{Ln} X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 \text{Ln} X_5 + \beta_6 Q + e_2)$$

Variabel Endogen : Pendapatan (Y)	Koefisien Regresi	Nilai t-statistik	Nilai t-tabel	Taraf nyata
Konstanta (β_0)	2.9945	8.3697 ^a	2.617	$\alpha = 0.5 \%$
TK Non Upah ($\text{Ln } X_1$)	0.0043	1.7127 ^a	2.358	$\alpha = 1 \%$
Modal ($\text{Ln } X_2$)	0.0698	3.9123 ^a	1.980	$\alpha = 2.5 \%$
Pemasaran ($\text{Ln } X_3$)	0.6189	14.9125 ^a	1.658	$\alpha = 5 \%$
TK Upahan (X_4)	0.0222	2.6033 ^c	1.425	$\alpha = 7.5 \%$
Pendidikan ($\text{Ln } X_5$)	0.0002	0.0527 ^f	1.289	$\alpha = 10 \%$
Output ($\text{Ln } Q$)	0.2671	6.3069 ^a	1.041	$\alpha = 15 \%$
F-statistik = 5144.398 ^a D.W. statistik = 1.8667 Sampel (n) = 120				
S.E. regression = 0.0197 R ² square = 0.9965 R ² Adjusted = 0.9962				

Keterangan: jika digunakan dengan dua sisi pengujian, maka:

- a. signifikan pada derajat kepercayaan = 99 %
- b. signifikan pada derajat kepercayaan = 95 %
- c. signifikan pada derajat kepercayaan = 90 %
- d. signifikan pada derajat kepercayaan = 85 %
- e. signifikan pada derajat kepercayaan = 80 %
- f. tidak signifikan

Sumber: Prasetyo, 1998

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa variabel pemasaran (X_3) terbukti masih tetap dapat memberikan sumbangan terbesar pertama terhadap pendapatan perajin (Y). Sementara variabel modal (X_2) memberikan sumbangan terbesar ketiga setelah variabel output (Q).

Tabel 4. Hasil Estimasi Parameter Persamaan Profit

$$(\text{Ln } \Pi = \tau_0 + \tau_1 \text{Ln} X_1 + \tau_2 \text{Ln} X_2 + \tau_3 \text{Ln} X_3 + \tau_4 X_4 + \tau_5 \text{Ln} X_5 + \tau_6 Y + e_3)$$

Variabel Endogen: Profit (Π)	Koefisien Regresi	Nilai t-statistik	Nilai t-tabel	Taraf nyata
Konstanta (τ_0)	-0.7304	-2.1559 ^b	2.617	$\alpha = 0.5\%$
TK Non Upah (Ln X_1)	0.0258	3.7463 ^a	2.358	$\alpha = 1\%$
Modal (Ln X_2)	-1.2516	-23.6335 ^a	1.980	$\alpha = 2.5\%$
Pemasaran (Ln X_3)	0.7579	3.5767 ^a	1.658	$\alpha = 5\%$
TK Upahan (X_4)	0.0401	1.6750 ^c	1.425	$\alpha = 7.5\%$
Pendidikan (Ln X_5)	0.0022	0.1787 ^f	1.289	$\alpha = 10\%$
Pendapatan (LnY)	1.4228	5.8776 ^a	1.041	$\alpha = 15\%$
Fstatistik = 766.6268 ^a D.W. statistik = 2.1374 Sampel (n) = 120				
S.E. regression = 0.0540 R ² square = 0.9769 R ² Adjusted = 0.9756				

Keterangan: jika digunakan dengan dua sisi pengujian

- a. signifikan pada derajat kepercayaan = 99 %
- b. signifikan pada derajat kepercayaan = 95 %
- c. signifikan pada derajat kepercayaan = 90 %
- d. signifikan pada derajat kepercayaan = 85 %
- e. signifikan pada derajat kepercayaan = 80 %
- f. tidak signifikan

Sumber: Prasetyo, 1998

Dalam Tabel 4 di atas nampak bahwa variabel pendapatan (Y) terbukti masih tetap dapat memberikan sumbangan terbesar pertama terhadap variabel profit atau keuntungan perajin (Π). Sementara pengaruh variabel pemasaran (X_3) sedikit tergeser dan hanya memberikan sumbangan terbesar kedua terhadap besar-kecilnya keuntungan. Namun, besarnya pengaruh variabel pendapatan terhadap keuntungan secara simultan tidak bebas. Variabel pendapatan banyak tergantung dari variabel pemasaran dan nilai output yang dapat dihasilkan.

Dengan demikian, dari hasil taksiran ketiga tabel di atas, diperoleh informasi bahwa untuk dapat diberdayakannya usaha kerajinan bambu di desa penelitian, perlu ditingkatkannya nilai keuntungan perajin. Agar keuntungan perajin dapat ditingkatkan, harus dapat

ditingkatkannya pendapatan dari para perajin. Sedangkan dapat meningkatnya pendapatan perajin tergantung dari besarnya nilai output yang dapat dihasilkan dan keberhasilan faktor pemasaran. Sementara untuk dapat ditingkatkannya nilai output yang dapat dihasilkan perajin, banyak dipengaruhi oleh faktor pemasaran dan modal usaha. Oleh karena itu, agar dapat diberdayakannya usaha kerajinan bambu di desa penelitian pada khususnya, harus dapat ditingkatkannya faktor pemasaran hasil usaha perajin yang didukung oleh modal usaha. Argumentasinya karena variabel pemasaran terbukti telah memiliki nilai elastisitas yang tertinggi dibandingkan variabel predetermned lainnya.

4. Secara Path Analysis

Analisis path ini pada dasarnya dibangun secara matrik kausal dari model regresi dan korelasi sistem simultan yang terpilih. Analisis path ini dimaksudkan untuk mengurangi pengaruh dari kasus kolinearitas. Tujuannya untuk dapat melihat pengaruh langsung, dan pengaruh tidak langsung serta pengaruh total dari variabel *predetermined* terhadap variabel *endogen* yang dipilih. Koefisien path dianggap baku sehingga hasilnya sama seperti analisis regresi.

Tabel 5. Hasil Path Analisis dari Model Regresi Loglinear Sistem Simultan

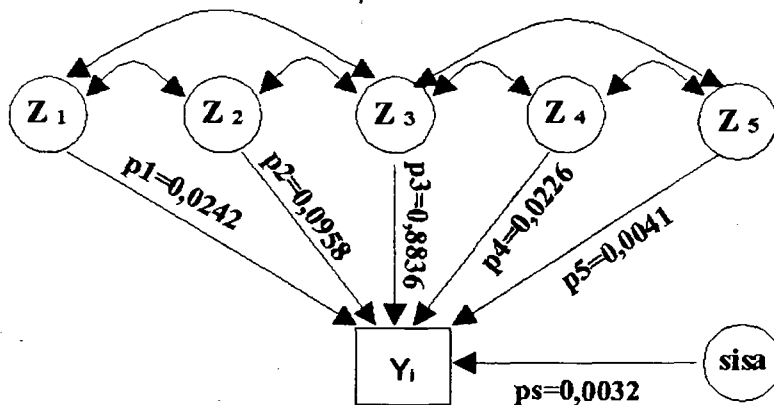
Variabel Penjelas	Pengaruh langsung (thdp Yi)	Pengaruh tak langsung terhadap Y melalui variabel penjelas					Pengaruh total (thdp Yi)
		Z ₁	Z ₂	Z ₃	Z ₄	Z ₅	
TK (Z ₁)	0.0242	-	0.0428	0.3358	0.0045	0.0002	0.3985
Modal (Z ₂)	0.0977	0.0108	-	0.8339⁾	0.0122	0.0006	0.9533
Pems (Z ₃)	0.8836	0.0092	0.0904	-	0.0131	0.0005	0.9968
JTAK (Z ₄)	0.0226	-0.0048	0.0518	0.5125	-	0.0004	0.5825
P & K (Z ₅)	0.0041	0.0015	0.0126	0.1097	0.0023	-	0.1302
Jumlah	1.0303	0.1976	0.1976	1.7919	0.0231	0.0017	3.4531

- Ket : Y_i = variabel pendapatan yang dibakukan, dan
 Z_n = variabel X_n yang telah dibakukan
 *) = pengaruh kolinearitas r_{23} dapat dikurangi sebesar 0.1099 atau 10,99 %

Sumber: Prasetyo, 1998

Dalam tabel 5 di atas tampak bahwa variabel pemasaran (X_3) masih terbukti dapat memberikan pengaruh terbesar secara langsung terhadap besarnya pendapatan perajin bambu yakni sebesar 0.8836. Sedangkan sumbangan terbesar kedua secara langsung diberikan oleh variabel modal yakni sebesar 0.0977. Fenomena ini berarti mendukung jawaban hipotesis bahwa faktor pemasaran hasil produksi merupakan persoalan pokok yang harus diperhatikan secara sungguh-sungguh agar dapat ditingkatkannya pendapatan perajin bambu di desa penelitian. Sementara, modal hanya sebagai faktor pendukungnya.

Dalam bentuk diagram lintasan, maka hubungan pengaruh dari semua variabel independent pokok yang digunakan dalam tabel 5 di atas, untuk semakin lebih jelas lagi ditunjukkan seperti pada gambar 4 berikut ini:



KESIMPULAN

Dari hasil penelitian di depan secara kualitatif dapat dibuktikan bahwa faktor internal dari usaha kecil merupakan faktor yang lebih penting untuk ditangani lebih dahulu dan dikembangkan lebih lanjut

tanpa mengesampingkan pengembangan faktor eksternalnya. Caranya adalah dengan mereduksi keempat faktor kelemahan utama yang ada sekaligus memupuk kekuatannya pada keempat faktor tersebut yakni; faktor marketing, financial, sumber daya manusia, produksi. Kemudian secara kuantitatif terbukti juga bahwa variabel pemasaran (X_3) merupakan faktor pokok sebagai langkah awal untuk dapat diberdayakan industri kecil dan kerajinan di desa penelitian, sedangkan faktor modal usaha (X_2) dianggap sebagai variabel pendukungnya. Dengan demikian, upaya pemberdayaan dan pengembangan usaha kecil ini akan dapat lebih berhasil jika terlebih dahulu diupayakan memperluas daerah pemasaran (*market share*) baik domestik maupun ekspor serta didukung dengan bantuan finansial untuk modal usahanya. Dengan begitu keberadaan industri kecil dan kerajinan ini baru dapat dijadikan sebagai salah satu solusi untuk memberdayakan ekonomi masyarakat.

Harapannya adalah; segera berdayakan masyarakat ekonomi lemah ini, angkatlah martabatnya, dan kesulitan rakyat jangan hanya dijadikan obyek politik saja dengan teori-teori ekspansi yang hanya menguntungkan beberapa orang atau kelompok yang justru mereka sudah kaya sudah alias makmur.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappenas, 1994, *Kaji Tindak Program IDT 1994-1997*, Bappenas, Jakarta.
- Kartasaamita, Ginanjar, 1996, *Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan yang Berakar Kerakyatan*, Bappenas, Jakarta.
- Mubyarto, 1997, *Ekonomi Rakyat Program IDT dan Demokrasi Ekonomi*, Aditya Media, Yogyakarta
- Prasetyo, P. Eko, 1998, *Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Sebagai Usaha Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, Kopertis V, Yogyakarta.
- Prasetyo, P. Eko, 1997, *Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat: "Upaya Menumbuh Kembangkan Motivasi Berwirausaha dan Kesadaran Berkoperasi di lingkungan Desa tertinggal, di Yogyakarta."*

Sarman, Muktar, 1997, *Kemiskinan dan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, PRISMA, LP3ES, Jakarta

Sumodiningrat, Gunawan, 1998, *Membangun Perekonomian Rakyat, Edisi 1*, IDEA, Yogyakarta.