

**PENGARUH KEMAMPUAN BERSAING TERHADAP
PENDAPATAN USAHA PADA INDUSTRI GARMEN
DI PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL (PIK)
PULOGADUNG JAKARTA**

DWI RINGGA EDWID DIAN NEGARA

8125077919



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

KONSENTRASI EKONOMI KOPERASI

JURUSAN EKONOMI DAN ADMINSTRASI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2012

ABSTRAK

Dwi Ringga Edwid Dian Negara. Pengaruh Kemampuan Bersaing Terhadap Pendapatan Usaha Pada Industri Garmen di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Ekonomi, Konsentrasi Pendidikan Ekonomi Koperasi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, Juli 2012.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang sah atau valid, benar dan dapat dipercaya tentang Pengaruh Kemampuan Bersaing Terhadap Pendapatan Usaha Pada Industri Garmen di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta. Penelitian ini dilakukan pada Pengusaha PIK Pulogadung selama dua bulan terhitung sejak Maret 2012 sampai dengan April 2012.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan korelasional. Metode survey dengan pendekatan korelasional merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antara variabel. Populasi pada penelitian ini adalah jumlah dari keseluruhan Industri Garmen di PIK Pulogadung Jakarta yang berjumlah 78 pengusaha. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah setengah dari populasi yaitu sebanyak 40 pengusaha garmen dari total 78 pengusaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik acak sederhana, teknik ini digunakan dengan pertimbangan bahwa seluruh populasi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih dan dijadikan sampel.

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 9,58 + 0,77X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji Liliefors menghasilkan $L_{hitung} < L_{tabel}$, karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Uji hipotesis terdiri dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya persamaan regresi tersebut berarti, uji linieritas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya persamaan regresi tersebut linier, serta perhitungan koefisien korelasi untuk mengetahui tingkat keterikatan hubungan antara variabel X dan variabel Y. Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 24,55% hal ini berarti bahwa variasi pendapatan usaha 24,55% dijelaskan oleh kemampuan bersaing dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Hasil perhitungan menyimpulkan terdapat pengaruh antara kemampuan bersaing terhadap pendapatan usaha pada industri garmen di PIK Pulogadung Jakarta.

ABSTRACT

DWI RINGGA EDWID DIAN NEGARA. The Correlation Between Competiting Strategy and Selling Volume of Craftsmen Tempe at Primkopti, East Jakarta. Thesis, Jakarta: Economics Education Study Program, Economics Cooperation Education of Consentration, Economics and Administration Department, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. 2012.

This study aims to gain information and knowledge based on the data or the fact that valid or invalid, true and trustworthy about how much the relationship between competing strategy and selling volume of craftsmen tempe at Primkopti, East Jakarta The research was conducted at craftsmen tempe in East Jakarta for three months from October 2011 to December 2011.

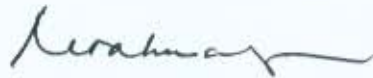
This study uses a survey method with the correlational approach. Survey method with the correlational approach is a study conducted in large and small populations studied but data is data from samples taken from this population that is found relativ events, distribution and relationships between variables. The population of the study were all craftsmen tempe at Primkopti, East Jakarta, amounting to 602 craftsmen. The population of the study is affordable tempe craftsmen in East Jakarta Primkopti that have the same criteria that is, the initial capital of Rp. 193 thousand with the old business has been running 20 years, recorded amounted to 358 craftsmen tempe. The sample used for this study is 25% of the population reached as many as 90 craftsmen tempe of 358 craftsmen. The sample by using proportional random sampling technique, this technique is used with the consideration that the entire population has the same opportunities and chances to be selected and sampled.

The resulting regression equation is $Y = 61.45 + 0.550 X$. Test requirements analysis is the normality test error of estimated regression of Y on X with the test result Liliefors $L_{count} < L_{table}$, because $L_{count} < L_{table}$ then the error estimate of Y on X is normally distributed. Hypothesis testing consists of generating regression test keberartian $F_{count} > F_{table}$, meaning that the mean regression equation, regression linearity test result $F_{count} < F_{table}$, meaning that the linear regression equation and correlation coefficient calculations to determine the level of attachment relationships between variables X and Y. Keberartian test is then performed by using a correlation coefficient of the t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$. The coefficient of determination obtained by 43.39% this means that 43.39% of selling volume variation is explained by the competing strategy and the rest explained by other factors.


These results prove the existence of a positive between the Competiting Strategy and Selling Volume of Craftsmen Tempe at Primkopti, East Jakarta.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 19531002 198503 2 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Siti Nurjanah, SE, M.Si</u> NIP. 19720144 199802 2 001	Ketua		13/8 2012
2. <u>Dra. Endang Sri Rahayu, M.Pd</u> NIP. 19530320 198203 2 001	Sekretaris		13/8 2012
3. <u>Ari Saptono, SE, M.Pd</u> NIP. 19720715 200112 1 001	Penguji Ahli		13/8 2012
4. <u>Sri Indah Nikensari, SE, M. Si</u> NIP. 19560207 198602 1 001	Pembimbing I		2/8 2012
5. <u>Dicky Iranto, SE, M. Si</u> NIP. 19710612 200112 1 001	Pembimbing II		13/8 2012

Tanggal Lulus : 17 Juli 2012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juli 2012

Yang membuat pernyataan



Dwi Ringga Edwid Dian Negara
NIM. 8125077919

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Hal paling baik yang datang bersama sukses adalah pengetahuan bahwa kesuksesan itu tidak perlu ditunggu.

Memang perubahan tidak menjamin keberhasilan, tetapi tidak ada keberhasilan yang bisa dicapai tanpa perubahan.

Ketika kamu berharap yang terbaik tapi kamu hanya mendapat yang biasa, bersyukurlah kamu bukan yang terburuk.

Tidak ada yang tidak bisa dilakukan. Kalau suatu hal orang lain hanya belajar sekali sudah bisa melakukannya. Kita pun bisa walau harus mencoba 100 kali. Dan kalau orang lain belajar 10 kali baru bisa, belajarlah kita walau 10.00 kali, pasti berhasil. Masalahnya adalah terletak pada semangat dan kemauan.

Pensiun menjadi mahasiswa memerlukan usaha dan pengorbanan yang besar, terutama dalam penyusunan skripsi ini yang melalui perjalanan panjang dan penuh lika-liku. S kripsi ini kupersembahkan untuk ayah, ibu, kakak dan adikku serta untuk D helapan, sahabat yang selalu ada.

-Dwi Ringga Edwid Dian Negara-

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2012

Yang membuat pernyataan

Dwi Ringga Edwid Dian Negara
NIM. 8125077919

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya serta izin-Nya lah maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dalam persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, bantuan dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulisan ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Sri Indah Nikensari,SE,M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, saran, masukan, dukungan dan semangat dengan ikhlas dalam penyusunan dan penulisan skripsi, serta telah memberikan kemudahan untuk mengikuti penelitian payung dengan beliau.
2. Dicky Iranto,SE,M.Se selaku Dosen Pembimbing II yang dengan kesabaran, dan kebaikan dalam memberikan saran serta masukannya yang telah membantu dalam penyusunan dan penulisan skripsi.
3. Dr. Siti Nurjanah, SE, M.Si selaku Ketua Konsentrasi Pendidikan Ekonomi Koperasi yang banyak memberikan arahan.
4. Dr. Saparuddin,M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi.
5. Ari Saptono,SE,M.Pd selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Dra. Nurahma Hajat,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi..

7. Untuk Ayah dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, doa, nasehat dan dukungan moril maupun materil, yang masih belum bisa ku balas sampai detik ini, serta kakak, adik, dan pangeran kecilku Habibulhaq yang selalu memberikan semangat yang luar biasa untukku.
8. Badan Layanan Umum Daerah Pengelola Kawasan PPUMKMP Pulogadung yang telah memberikan ijin meneliti, serta para Pengusaha di PIK Pulogadung yang telah banyak membantu dalam penelitian ini.
9. Seluruh personil Delaphan Resti Septiani, Nova Dian Pratiwi, Riyanti, Kara Haridah, Khairunnisa, Listya Pujianingsih serta Sri Mulyani yang selalu ada dalam suka dan duka, yang selalu memberi semangat yang tak pernah padam, serta Wiwit sebagai teman penelitian, Tiwi, Reni, yang sudah memberikan semangat. Serta teman-teman Pendidikan Ekonomi Koperasi 2007 lainnya yang telah mendukung dan mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun Semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membaca dan semua pihak yang memerlukannya.

Jakarta, Juni 2012

Dwi Ringga Edwid Dian Negara

	B. Kerangka Berpikir.....	30
	C. Perumusan Hipotesis.....	32
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Tujuan Penelitian.....	33
	B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
	C. Metode Penelitian.....	34
	D. Populasi dan Sampling.....	34
	E. Instrument Penelitian.....	35
	1. Pendapatan Usaha (Variabel Y).....	35
	a. Definisi Konseptual.....	35
	b. Definisi Operasional.....	35
	2. Kemampuan Bersaing (Variabel X).....	36
	a. Definisi Konseptual.....	36
	b. Definisi Operasional.....	36
	c. Kisi-Kisi Instrument Tingkat Persaingan.....	36
	d. Validasi Instrument Variabel X.....	38
	F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel.....	39
	G. Teknik Analisis Data.....	39
	1. Mencari Persamaan Regresi.....	40
	2. Uji Persyaratan Analisis.....	40
	3. Uji Hipotesis.....	41
	a. Uji Keberartian Regresi.....	41
	b. Uji Liniaritas Regresi.....	41

	c. Perhitungan Koefisien Korelasi.....	43
	d. Uji Keberartian Koefisien Korelasi.....	43
	e. Perhitungan Determinasi.....	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Data.....	45
	1. Pendapatan Usaha.....	45
	2. Kemampuan Bersaing.....	47
	B. Analisis Data.....	50
	C. Interpretasi Hasil Penelitian.....	56
	D. Keterbatasan Penelitian.....	57
BAB V	KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	59
	B. Implikasi.....	60
	C. Saran	61
	DAFTAR PUSTAKA.....	63
	LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	Dampak ACFTA Terhadap UMKM Industri Garmen Tahun 2010...	4
III.1	Kisi-Kisi Instrumen Kemampuan Bersaing.....	37
III.2	Skala Penilaian untuk Instrumen Penelitian Kemampuan Bersaing...	37
III.3	Analisa Varians Regresi Linier Sederhana (Tabel ANAVA).....	42
IV.1	Distribusi Frekuensi Pendapatan Usaha.....	46
IV.2	Distribusi Frekuensi Kemampuan Bersaing.....	48
IV.3	Perhitungan Indikator Variabel Kemampuan Bersaing.....	50
IV.4	Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran.....	52
IV.5	Tabel Anava Untuk Uji Keberartian dan Uji Kelinieran Persamaan Regresi.....	53
IV.6	Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi antara X dan Y.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
II.1	Kekuatan Dalam Persaingan.....	24
IV.1	Grafik Histogram (Y) Pendapatan Usaha.....	47
IV.2	Grafik Histogram (X) Kemampuan Bersaing.....	49
IV.3	Grafik Persamaan Regresi $\hat{Y}=9,59 + 0,770 X$	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Uji Coba X.....	66
2	Kuesioner Final X.....	70
3	Data Hasil Uji Coba Variabel X (Kemampuan Bersaing).....	73
4	Langkah-Langkah Perhitungan Uji Validitas Variabel X.....	74
5	Data Perhitungan Validitas Variabel X.....	75
6	Data Hasil Uji Coba Kembali Variabel X.....	76
7	Data Perhitungan Kembali Validitas Variabel X.....	77
8	Perhitungan Varians Butir, Varians Total, dan Uji Realibilitas Variabel X.....	78
9	Data Hasil Penelitian Variabel X.....	79
10	Data Hasil Penelitian Variabel Y.....	80
11	Hasil Data Mentah Variabel X dan Variabel Y.....	81
12	Data Berpasangan Variabel X dan Variabel Y.....	82
13	Perhitungan Uji Linieritas dengan Persamaan Regresi Linier.....	83
14	Perhitungan Rata-Rata, Varians dan Simpangan Baku.....	84
15	Tabel Perhitungan Rata-Rata, Varians dan Simpangan Baku.....	85
16	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel XY....	86
17	Grafik Histogram Variabel X dan Y.....	87
18	Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = a + bX$	88
19	Gambar Diagram Pencar.....	89
20	Tabel Perhitungan Rata-Rata, Varians dan Simpangan Baku.....	90
21	Perhitungan Rata-Rata, Varians dan Simpangan Baku.....	91
22	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Y atas X.....	92
23	Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran	93
24	Perhitungan Uji Keberartian Regresi.....	94
25	Perhitungan Uji Kelinieran Regresi.....	95

26	Perhitungan JK Galat.....	96
27	Tabel Anava untuk Uji Keberartian Regresi dan Kelinieran Regresi..	97
28	Perhitungan Koefisien Korelasi Product Moment.....	98
29	Perhitungan Uji Signifikansi.....	99
30	Perhitungan Uji Koefisien Determinasi.....	100
31	Perhitungan Indikator X.....	101
32	Tabel Nilai r Product Moment dari Pearson.....	102
33	Nilai Kritis L untuk Uji Liliefors.....	103
34	Tabel Kurva Normal Persentase.....	104
35	Tabel Distribusi t.....	105
36	Tabel Distribusi F.....	106
37	Surat Izin Penelitian.....	110
38	Surat Keterangan Penelitian PIK.....	111

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri kecil merupakan salah satu penggerak perekonomian yang harus mendapatkan perhatian serius dari pemerintah. Dengan berhasilnya industri kecil diharapkan pemerataan pendapatan dan pemerataan kesempatan atau peluang masyarakat untuk melakukan usaha akan tercapai. Oleh karena itu industri kecil merupakan salah satu hal penting dalam upaya pemerataan ekonomi khususnya pemerataan pendapatan.

Pendapatan maksimal dapat dicapai dengan meningkatkan volume penjualan yang diterima dari hasil usaha yang akan mampu meningkatkan taraf hidup masing-masing pengusaha.

Stabilnya pendapatan perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup dari perusahaan tersebut, sehingga tetap mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut dalam dunia usaha.

Setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang jasa, perdagangan maupun suatu industri menginginkan adanya kelangsungan usaha dan perkembangan dalam usahanya. Kelangsungan usaha dan perkembangan tersebut akan dapat terwujud bila ditunjang oleh adanya kemampuan mengelola dan mengkoordinir masalah-masalah dalam perusahaan baik berupa masalah produksi, pemasaran ataupun masalah administratif secara efektif.

Data statistik menunjukkan jumlah unit usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) mendekati 99,98 % terhadap total unit usaha di Indonesia. Sementara jumlah tenaga kerja yang terlibat mencapai 91,8 juta orang atau 97,3% terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia. Menurut Syarif Hasan, Menteri Koperasi dan UKM seperti dilansir sebuah media massa, bila dua tahun lalu jumlah UMKM berkisar 52,8 juta unit usaha, maka pada 2011 sudah bertambah menjadi 55,2 juta unit. Setiap UMKM rata-rata menyerap 3-5 tenaga kerja. Maka dengan adanya penambahan sekitar 3 juta unit maka tenaga kerja yang terserap bertambah 15 juta orang. Pengangguran diharapkan menurun dari 6,8% menjadi 5 % dengan pertumbuhan UKM tersebut. Hal ini mencerminkan peran serta UKM terhadap laju pertumbuhan ekonomi memiliki signifikansi cukup tinggi bagi pemerataan ekonomi Indonesia karena memang berperan banyak pada sektor ril.¹

Hal ini menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki peranan penting dalam memberikan sumbangan bagi pembangunan bangsa karena mampu menyerap tenaga kerja terutama masyarakat kelas bawah yang cukup signifikan sehingga mengurangi problem pengangguran dan memberikan kontribusi bagi pendapatan nasional.

Namun, sejak 1 Januari 2010 Indonesia membuka pasar dalam negeri secara luas kepada negara-negara ASEAN dan Cina. Produk-produk impor dari ASEAN dan China lebih mudah masuk ke Indonesia dan lebih murah

¹ Aris Musnandar, *Peran UKM dalam Pertumbuhan Ekonomi Bangsa* (www.uin.malang.ac.id/index.php). Diakses pada tanggal 17 April 2012.

karena adanya pengurangan tarif dan penghapusan tarif, serta tarif akan menjadi nol persen dalam jangka waktu tiga tahun. Usaha kecil dan menengah dituntut untuk dapat menghasilkan komoditas dengan keunikan dan kekhasan tertentu yang menjadi nilai lebih produk untuk membuatnya memiliki daya saing lebih dipasar.

Beberapa kalangan menerima pemberlakuan ACFTA sebagai kesempatan, tetapi di sisi lain ada juga yang menolaknya karena dipandang sebagai ancaman. Bagi kalangan penerima, ACFTA dipandang positif karena bisa memberikan banyak keuntungan bagi Indonesia, yaitu tambahan dari PPN produk-produk baru yang masuk ke Indonesia, sehingga berpotensi besar mendatangkan pendapatan pajak bagi pemerintah serta memicu persaingan harga yang kompetitif sehingga pada akhirnya akan menguntungkan konsumen (penduduk / pedagang Indonesia).

Kalangan yang menolak memandang ACFTA sebagai ancaman dengan berbagai alasan, di antaranya, berpotensi membangkrutkan banyak perusahaan dalam negeri. Bangkrutnya perusahaan dalam negeri merupakan imbas dari membanjirnya produk China yang ditakutkan dan memang sudah terbukti memiliki harga lebih murah. Secara perlahan ketika kelangsungan industri mengalami kebangkrutan maka pekerja lokal pun akan terancam pemutusan hubungan kerja (PHK).

Produsen yang mempunyai kekuatan dan peluang lebih baik, akan mudah menghadapi pesaing dari luar. Biasanya mereka mempunyai modal yang cukup kuat, para pekerja yang handal, jaringan distribusi yang mapan,

dan cara kerja yang mapan. Di sisi lain, produsen yang tidak mempunyai kekuatan dan peluang yang baik, atau banyak kelemahannya, akan terancam dengan adanya perjanjian perdagangan bebas.

Menurut Dirjen Basis Industri Manufaktur (BIM) Kementerian Perindustrian (Kemenperin) Panggah Susanto mengatakan, terdapat lima jenis produk utama yang mengalami lonjakan impor yang signifikan. Kelima produk itu adalah besi dan baja, TPT, mainan anak, kosmetika, dan alas kaki.²

Selain itu dari hasil survey tentang dampak ACFTA yang dilakukan oleh Deputi bidang pengkajian Sumber Daya UKMK, Kementerian Koperasi dan UKM RI Kepada beberapa pelaku usaha garmen dari segi omset produsen (Pendapatan usaha), laba produsen, dan penyerapan tenaga kerja, yaitu sebagai berikut:

² Sandra Karina, "*Pasca-ACFTA, Tujuh Produk Industri Dievaluasi*", (<http://autos.okezone.com/read/2011/04/10/320/444363/320/search.html>) (Diakses tanggal 12 Februari 2012)

Tabel 1.1
Dampak ACFTA terhadap UMKM Industri Garmen Tahun 2010
(%)

Kualitas	Omset Produsen (Rp. jt)		Laba Produsen (Rp. jt)		Penyerapan TK	
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
Rendah	395,0	250,0	98,2	66,4	14,28	13,33
Sedang	460,0	467,8	118,6	141,2	9,45	9,78
Tinggi	830,0	787,5	124,3	131,8	8,35	9,25

Sumber : Deputi Bidang Pengkajian SD IKMK, Kementerian Koperasi dan UKM

Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa secara umum terjadi penurunan akan keberhasilan usaha UMKM pada usaha garmen, terutama pada produk garmen dengan kualitas rendah yaitu dari segi omset atau pendapatan turun sebesar 45 %, dari segi laba produsen pun turun sebesar 31,8%, sedangkan dari segi penyerapan tenaga kerja turun sebesar 0,95%.

Pemerintah Indonesia, dalam hal ini Kementerian Industri dan juga Kementerian Koperasi dan UKM, sudah lama mempunyai strategi untuk meningkatkan daya saing para produsen, baik produsen dari usaha mikro/industri rumah tangga, usaha/industri kecil, usaha/industri menengah dan usaha/industri besar. Salah satu strategi tersebut adalah menempatkan produsen-produsen tersebut ke dalam satu lingkungan tertentu.

Dengan mengelompokkan para pengusaha dalam satu lokasi, dapat memudahkan produsen untuk mendapatkan konsumen, karena lokasi yang sudah diketahui oleh konsumen. Hal ini dapat memacu penghasilan bagi perusahaan-perusahaan yang berada dalam kelompok usaha tersebut.

Faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha tersebut antara lain lokasi usaha, keragaman produk, kestabilan penjualan dan tingkat resiko bisnis serta kemampuan bersaing industry.

Lokasi usaha memiliki pengaruh yang besar terhadap pendapata usaha sehingga mempengaruhi juga pada tingkat laba. Dalam hal ini pengusaha harus menempatkan lokasi usahanya pada tempat yang strategis agar menghasilkan pendapatan yang tinggi.

Kondisi internal yang berkaitan dengan era perdagangan bebas antara lain adalah tantangan untuk ber-inovasi pelaku usaha dalam membuat produk dan usaha yang tidak homogen. Sehingga semakin beragam produk dan usahanya, semakin besar kesempatan pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatannya.

Semakin stabil penjualan suatu perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan memberikan biaya anggaran untuk kegiatannya dengan utang, karena stabilitas penjualan akan mempengaruhi stabilitas pendapatan.

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku bisnis, baik dalam skala besar maupun kecil, tidak terlepas dari resiko bisnis. Selain resiko, pelaku usaha dalam menjalankan usahanya juga dihadapkan dengan situasi

ketidakpastian. Seorang wirausaha harus berani menanggung resiko atas keputusan yang diambil. Sekali mengambil keputusan, baik dalam cara pengolahan produksi baik dari segi bahan baku yang susah didapat dan harga bahan baku yang makin meningkat, kesalahan kerja maupun teknologi. Resiko lain adalah keputusan meminjam modal dari pihak ketiga, maka pelaku usaha harus tahu resiko apa yang akan terjadi. Sehingga karena adanya resiko, menyebabkan timbul berbagai kemungkinan menghasilkan pendapatan atau produksi di atas atau di bawah rata-rata. Oleh sebab itu resiko mempengaruhi pendapatan usaha.

Kondisi eksternal yang berkaitan dengan era pasar bebas adalah kemungkinan turunnya order dan masuknya pelaku baru dalam industri/usaha yang sejenis, yang akan mempengaruhi industri untuk tumbuh dan berkembang. Perdagangan bebas tidak hanya berakibat membanjirnya produk-produk dari negara lain ke wilayah kita, akan tetapi biasanya harga yang mereka tawarkan juga sangat bersaing dengan harga produk lokal. Akibatnya permintaan akan produk-produk lokal terancam menurun, sehingga dapat menurunkan pendapatan pelaku usaha.

Persaingan yang terjadi dalam dunia usaha tentu akan mempengaruhi industri kecil dalam meningkatkan pendapatan usahanya. Hal tersebut akan berkaitan dengan strategi pengusaha dalam persaingan usaha mereka untuk mendapatkan laba seoptimal mungkin agar kelangsungan hidup dari perusahaan mereka tetap terjaga. Persaingan dapat menjadi penentu akan keberhasilan perusahaan. Persaingan menentukan kegiatan yang perlu bagi

perusahaan untuk berprestasi seperti inovasi, budaya kondusif ataupun implementasi yang baik.

Syarif berpendapat dampak pelaksanaan perjanjian ACFTA adalah persaingan yang semakin terbuka, dengan konsekuensi semua produsen dituntut untuk meningkatkan produktifitas dan memperbaiki kualitas barang produknya. Persaingan bebas secara agregat dan atau parsial akan merubah pangsa pasar barang produk UMKM baik di pasar lokal maupun di pasar internasional. Perubahan pangsa pasar ini akan berdampak luas mulai dari perubahan nilai hasil penjualan (omset) harga jual produk, laba produsen, sampai dengan perubahan penyerapan tenaga kerja.³

Salah satu kelompok industri adalah Perkampungan Industri Kecil (PIK) di Pulogadung Jakarta. Di perkampungan tersebut selain terdapat industri yang membuat macam-macam produk (tas, sepatu, meubel, kerajinan, dll), ada pula pengusaha atau lembaga yang terkait dengan industri yang ada, antara lain para pemasok bahan baku, bank, perkantoran, dan penyedia jasa lain yang berkaitan dengan kegiatan industri di lingkungan PIK tersebut. Pada era perdagangan bebas ini, terutama pasca berlakunya perjanjian perdagangan bebas dengan China (ACFTA), industri di PIK sangat tertantang untuk memenangkan persaingan perdagangan dengan China.

Kawasan sentra *home industry* Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung ini menampung tak kurang dari 495 pengusaha dengan jumlah

³ Saudin Sijabat, "Prediksi Dampak dari Pelaksanaan ACFTA terhadap Koperasi dan UMKM", *Infokop*, Vol.18, Juli 2010, hlm. 1-22

tenaga kerja sebanyak 5.706 pekerja. Kini masih ada Lahan BLUD seluas 90 H dan sudah di Setifikat HPL adalah kawasan yang sangat potensial untuk pengembangan industri dan bisnis di kawasan Timur Jakarta ini seharusnya menjadi primadona terutama bagi industri kecil dan menengah. Apalagi jika dikategorikan di kawasan PIK ini terdapat lima kelompok pengusaha kecil dan menengah, antara lain sentra garmen, logam, kulit, aneka komoditi dan meubel.⁴

Pada usaha garmen dan tas di PIK Pulogadung mengalami penurunan jumlah pengusaha sejak tahun 2004. Pada sebelum tahun 2004 pengusaha garmen di PIK berjumlah sekitar 200 pengusaha, dan pada tahun 2004 menurun menjadi 171 pengusaha, dan sejak tahun 2008, jumlah pengusaha garmen di PIK hanya berjumlah 78 pengusaha. Para pengusaha lebih memilih mencari tempat lain untuk membuka usaha ataupun berkecimpung di usaha yang lain. Karena para pengusaha merasa pendapatan mereka jika tetap bertahan dengan usaha yang sama di PIK ini semakin menurun.

PIK Pulogadung sekarang telah kehilangan jati dirinya yang notabene untuk menampung para pengusaha kecil. Saat ini, para pengusaha kecil hanya sedikit yang bisa bertahan, karna PIK telah didominasi perusahaan besar yaitu perusahaan logam yang beberapa diantaranya adalah anak cabang dari perusahaan besar.

⁴ M.harun, Pastinews.com. "*Kawasan PIK Seharusnya Primadona Jakarta Timur*", <http://www.pastinews.com/?p=1663> (diunduh 27 Juli 2011)

Sebagian dari pengusaha beralih untuk berdagang saja untuk bertahan daripada usahanya mati, dikarenakan banyaknya barang china yang masuk ke Indonesia dengan harga murah sedangkan barang-barang yang diproduksi PIK Pulogadung memerlukan biaya produksi yang tinggi menyebabkan barang PIK tidak mampu bersaing dengan produk china. Bahkan PGP (Pusat Grosir Penggilingan) yang dibangun pemerintah sebagai tempat penyalur barang dari pengusaha sekarang didominasi oleh pedagang dari luar PIK.⁵

Berdasarkan wawancara kepada Ibu Imelda yang bertugas sebagai pengelola PPUMKMP (Pusat Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Pemukiman) Pulogadung, yang mengatakan bahwa :

“Dua tahun terakhir ini, para pengusaha kecil pada kelompok garmen mengalami penurunan pendapatan drastis. Dari pendapatan berkisar 100-200 juta/bulan untuk saat ini, untuk mencapai pendapatan 50 juta saja sulit. Para pekerja pun sebagian besar diberhentikan dikarenakan tidak adanya produksi.”⁶

Berdasarkan fakta tersebut, diduga terjadi penurunan pendapatan usaha pada pengusaha garmen, oleh karna itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai pengaruh kemampuan bersaing terhadap pendapatan usaha pada industri garmen di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta.

⁵ <http://www.mediaindonesia.com/read/2011/10/08/266446/38/5/PIK-Pulogadung-Harus-Kembali-Dihidupkan> (diunduh 7 Februari 2012)

⁶ Wawancara dengan pengelola PPUMKMP di PIK Pulogadung Jakarta Timur

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh ACFTA terhadap pendapatan usaha?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan usaha?
3. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk terhadap pendapatan usaha?
4. Apakah terdapat pengaruh kestabilan penjualan terhadap pendapatan usaha?
5. Apakah terdapat pengaruh tingkat resiko bisnis terhadap pendapatan usaha?
6. Apakah terdapat pengaruh kemampuan bersaing terhadap pendapatan usaha?

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai permasalahan yang telah identifikasi diatas, ternyata masalah pendapatan usaha cluster menyangkut aspek, dimensi, dan faktor-faktor permasalahan yang luas dan kompleks atau rumit sifatnya. Berhubungan karena keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi antara lain: dana, waktu, maka penelitian ini dibatasi hanya pada masalah: “Pengaruh Kemampuan Bersaing Terhadap Pendapatan Usaha pada Industri Garment di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta.”

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut : “Pengaruh Kemampuan Bersaing Terhadap Pendapatan Usaha pada Industri Garmen di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta”

E. Kegunaan Penelitian

Secara umum hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak baik secara teoretis maupun secara praktis :

1. Secara Teoretis

Penelitian ini dapat berguna untuk menambah referensi dan khasanah ilmu tentang kemampuan bersaing dan pengaruhnya terhadap pendapatan usaha sehingga penelitian ini dapat menambah perbendaharaan ilmu pengetahuan bagi semua pihak.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat digunakan untuk bahan acuan, masukan serta referensi sebagai instrumen pemecahan masalah kemampuan bersaing serta pengaruhnya terhadap pendapatan usaha.

BAB II

PENYUSUNAN DESKRIPSI TEORETIS, KERANGKA BERPIKIR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Deskripsi Teoretis

1. Hakikat Pendapatan Usaha

Salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi aktifitas dan kelangsungan perusahaan adalah pendapatan. Setiap perusahaan menjalankan usahanya dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan dan tentunya pengusaha selalu berusaha mencapai volume penjualan yang tinggi sehingga akan menciptakan pendapatan pengusaha. Oleh karena itu, penjualan merupakan aktifitas memegang peranan penting bagi para pengusaha karena kelanjutan usaha sangat bergantung pada hasil penjualan.

Dalam pengertian umum, pendapatan adalah hasil pencaharian usaha. Budiono mengemukakan bahwa “pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi.”⁷ Sedangkan menurut Winardi “Pendapatan adalah hasil berupa uang atau materi lainnya yang dapat dicapai dari pada penggunaan faktor-faktor produksi”.⁸ Berdasarkan kedua pengertian tersebut dapat diartikan bahwa pendapatan merupakan nilai dari seluruh barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu badan usaha dalam suatu periode tertentu.

⁷ Boediono, *Teori Pertumbuhan Ekonomi, Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*, Edisi 1 Cetakan ke-5. (Yogyakarta:BPFE, 1992), Hlm.180

⁸ Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992), Hlm.171

Samuelson dan Nordhaus mengatakan bahwa “Pendapatan adalah total yang diterima atau terkumpul dalam suatu periode”⁹. Adapun konsep pendapatan lainnya menurut Case dan Fair yaitu “Total penerimaan adalah jumlah total yang diterima oleh perusahaan dari penjualan produknya.”¹⁰

Dari pernyataan tersebut maka dapat diartikan bahwa pendapatan merupakan hasil dari perkalian antara harga dengan kuantitas atau jumlah barang yang terjual. Oleh karena itu, total penerimaan sama dengan harga per unit (P) dikali kuantitas barang yang terjual (Q).

Pengertian pendapatan menurut Charles W. Lamb dkk, “pendapatan adalah harga yang dibebankan kepada para pelanggan dikalikan dengan jumlah unit terjual. Pendapatan adalah sesuatu yang dibayar untuk setiap kegiatan perusahaan, produksi, keuangan, penjualan, distribusi, dan seterusnya. Nilai yang tersisa (jika ada) merupakan keuntungan”¹¹

Pendapatan yang diterima oleh perusahaan adalah penukar dari barang dan jasa yang diberikan pada konsumen. Pendapatan akan dapat meningkat jika konsumen merasa puas atas barang yang dibelinya atau atas pelayanan jasa yang diberikan. Konsumen itu akan menjadi langganan yang setia pada perusahaan.

Sedangkan Pengertian pendapatan menurut FASB (*Financial Accounting Standards Board*) dalam SFAC (*Statement of Financial Accounting Concept*) No. 3, yang dikutip oleh Sofyan Safiri Harahap yaitu:

⁹ Paul A. Samuelson & Nordhaus W.D. *Ilmu Mikro Ekonomi*. (Jakarta : PT. Media Global Edukasi, 1999), hlm.194

¹⁰ Case & Fair, *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. (Jakarta: PT. Prehailindo, 2002), hlm.224

¹¹ Charles W. Lamb (et al), *Pemasaran Buku 2*, Penerjemah David Octarevia, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 268-269.

Definisi revenue adalah arus masuk atau peningkatan nilai asset dari suatu *entity* atau penyelesaian kewajiban dari *entity* atau gabungan keduanya selama periode tertentu yang berasal dari penyerahan produksi barang, pemberian jasa atas pelaksanaan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan yang sedang berjalan.¹²

Masih dalam buku yang sama, menurut *Committee on Terminology*, “mendefinisikan revenue sebagai hasil dari penjualan barang atau jasa yang dibebankan kepada pelanggan, atau mereka yang menerima jasa.”¹³

Dari beberapa pendapat diatas, dapat diuraikan bahwa yang dimaksud pendapatan adalah aliran masuk atau penambahan kas atau piutang usaha. penambahan aktiva yang termasuk dalam pengertian pendapatan adalah penambahan aktiva dari penyerahan ataupun produksi barang atau jasa yang berkaitan dengan kegiatan utama kesatuan usaha (perusahaan).

Untuk mengetahui perkembangan usaha perusahaan dapat dilihat dari pendapatan perusahaan selama periode tertentu. Dan untuk mengetahui jumlah pendapatan yang diterima dari kegiatan utama perusahaan dapat dilihat pendapatan yang akan diperoleh perusahaan selalu mengalami perubahan.

Suatu usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan, baik perusahaan jasa maupun perusahaan dagang selalu berusaha untuk memperoleh pendapatan yang maksimal. Sedangkan pengertian pendapatan menurut Sugiri dan Riyono adalah sebagai berikut : “Pendapatan adalah tiap-tiap

¹² Sofyan Safiri Harahap, *Teori Akuntansi, Edisi Revisi*, Cet ke – 6, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm.226.

¹³ *Ibid.*

tambahan aktiva atau pengurangan kewajiban yang timbul karena usaha perusahaan, baik berupa penyerahan jasa-jasa maupun penjualan barang.”¹⁴

Pengertian diatas mengungkapkan tentang peningkatan jumlah aktiva. Peningkatan jumlah aktiva dapat berbentuk diterimanya uang tunai, timbulnya piutang, atau aktiva lainnya. Batasan tersebut juga mengungkapkan bahwa pendapatan timbul dari penyerahan barang atau jasa atau aktivitas usaha lainnya.

Pendapatan bagi perusahaan juga merupakan sumber keuangan untuk membiayai kegiatan usaha perusahaan, karena dengan adanya pendapatan berarti ada pemasukan bagi perusahaan yang juga merupakan balas jasa atas jasanya memproduksi atau menghasilkan produk barang atau jasa.

Pendapatan tidak hanya berasal dari penyerahan barang atau jasa seperti juga dari aktivitas usaha lainnya. Oleh karena itu, pendapatan dikelompokkan dalam pendapatan operasional ataupun pendapatan non-operasional.

Selanjutnya menurut Mardiasmo, “pendapatan usaha (pendapatan operasional), adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil usaha pokok atau utama perusahaan, yaitu berupa pendapatan jasa (usaha) , penjualan (barang dagangan atau barang hasil produksi).”¹⁵ Pendapatan usaha ini terjadi berulang-ulang sejalan dengan aktivitas usaha perusahaan. Istilah

¹⁴ Slamet Sugiri dan Bogat Agus Riyono, *Akuntansi Pengantar I*, Edisi ke – 4, Cet ke-1, (Yogyakarta:AMP.YKPN,2001), hlm.88

¹⁵ Mardiasmo, *Akuntansi Keuangan Dasar I*, edisi ke 2, cet ke 2, (Yogyakarta:BPFE,1995), hlm.47-48

pendapatan usaha yang digunakan dalam industri adalah penjualan (*sales revenue*).¹⁶

Pendapatan non operasional sering disebut pendapatan lain-lain ataupun pendapatan diluar usaha. pendapatan yang diterima perusahaan dalam periode tertentu, tetapi tidak berasal dari kegiatan utama perusahaan. Pendaptan non operasional ini bersifat luar biasa dan timbulnya tidak berulang-ulang.

Besarnya pendapatan diukur sebesar jumlah aktiva yang diterima. Misalnya, diukur dalam satuan uang sebesar pembebanan yang dilakukan terhadap pihak lain atas barang dagangan, produk atau jasa perusahaan yang telah diserahkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan menurut Samuelson adalah modal, latar belakang pendidikan, sikap wirausaha, pelayanan, persaingan yang ketat, keterampilan yang dimiliki produsen dan karyawan.¹⁷

Adapun menurut Lipsey dan Steiner bahwa “faktor yang mempengaruhi besar kecilnya pendapatan adalah harga, diferensiasi produk, dan volume penjualan.”¹⁸ Akan tetapi, terdapat faktor lain yang menunjang untuk menentukan besar kecilnya jumlah pendapatan sebagaimana yang diungkapkan oleh Kotler bahwa “Harga yang ditentukan oleh sebuah produk

¹⁶ R. A Supriyono L. Suparwoto, *Akuntansi Keuangan Dasar*, (Yogyakarta : Bagian Penerbitan STIE YKPM, 1982), hlm.64

¹⁷ Paul Samuelson & Nordhaus W.D, *Ilmu Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Media Global Edukasi, 1999), hlm. 121

¹⁸ R.G Lipsey & Steiner PO, *Pengantar Mikro Ekonomi. Edisi kesepuluh* Terjemahan A. Jaka Wasana & Kibrandoko. (Jakarta: Binarupa Aksara, 2003), hlm.2

dan besar kecilnya pengaruh lingkungan persaingan perusahaan akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan keuntungan perusahaan.”¹⁹

Berdasarkan dari definisi di atas, pendapatan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh harga, diferensiasi produk dan volume penjualan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan bersaing pengusaha dalam lingkungan usaha tersebut.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan pendapatan usaha adalah penerimaan yang diperoleh pengusaha dari hasil usaha pokok atau utama perusahaan, yaitu berupa penjualan barang hasil produksi.

2. Hakikat Kemampuan Bersaing

Untuk memperoleh suatu kehandalan dan keterampilan, diperlukan latihan yang merupakan salah satu teknik untuk meningkatkan kemampuan seseorang. Kemampuan yang dimiliki seseorang berbeda satu sama lainnya.

Munandar mengemukakan: “Kemampuan merupakan daya untuk melakukan suatu tindakan sebagai hasil dari pembawaan dan latihan.”²⁰ Dari Pengertian ini dapat disimpulkan bahwa kemampuan seseorang bisa dipengaruhi oleh pembayaran dan latihan. “Kemampuan merupakan perilaku rasional untuk mencapai tujuan yang dipersyaratkan sesuai dengan

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan Jaka WQasana Jilid 1., (Jakarta: Erlangga, 1993), hlm. 88

²⁰ Utami Munandar, *Mengembangkan Bakat dan Kreatifitas Anak* (Jakarta: PT. Gramedia, 1985), hlm.24

kondisi yang diharapkan.”²¹ kemampuan dapat ditunjukkan seseorang dengan perilaku atau perbuatan.

Setiap usaha mempunyai kriteria tersendiri dalam mengukur keterampilan pekerjaannya. Keterampilan pada dasarnya menunjukkan kualitas kemampuan dapat menghasilkan produk (output) yang berkualitas tinggi disebut terampil. Kemampuan mengelola suatu usaha dan kemampuan dalam mempertahankan keberadaan usahanya semaksimal mungkin serta kemampuan dalam menghadapi ancaman-ancaman dari pesaing kita merupakan faktor utama dalam usaha pencapaian tujuan organisasi.

Salah satu ciri dunia bisnis ialah terjadinya persaingan, ada kalanya berlangsung dengan ketat antara berbagai perusahaan yang menghasilkan produk sejenis, baik berupa barang maupun jasa dan bergerak dibidang yang sama. Setiap perusahaan akan berupaya untuk “merebut” pangsa pasar yang lebih besar. Kemampuan bersaing setiap perusahaan berbeda-beda. Dalam pengertiannya yang tertuang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebut bahwa Kemampuan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola, mempertahankan dan menghadapi ancaman-ancaman dari pesaingnya.

Setiap perusahaan berupaya agar produk yang dihasilkan mampu menarik perhatian dan minat konsumen untuk akhirnya melakukan pembelian. Seiring dengan berbagai kemajuan, konsumen pun menjadi lebih

²¹ A. Tabrani Rusyan, *Kemampuan Dasar Guru dalam Proses Belajar Mengajar*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1994), hlm.8

kritis dan selektif dalam menilai suatu produk, sehingga timbullah persaingan antar perusahaan agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu usaha, persaingan menentukan kegiatan yang perlu bagi suatu badan usaha untuk berprestasi, seperti inovasi, budaya yang kohesif atau implementasi yang baik. Seperti yang dikatakan oleh Porter adalah Salah satu cara melihat tingkat persaingan adalah melihat struktur pasarnya²². Struktur pasar menunjukkan atribut pasar yang mempengaruhi sifat proses persaingan. Unsur atau elemen struktur pasar meliputi: Konsentrasi, diferensiasi produk, hambatan masuk ke dalam pasar, struktur biaya, dan tingkat pengaturan pemerintah.

Thomson & Strickland, menyatakan, seberapa kuat tekanan atau ancaman dari persaingan produk substitusi yang diproduksi pesaing tergantung pada tiga hal berikut ini:

- 1) Seberapa atraktif harga dari produk substitusi
- 2) Bagaimana pembeli melihat atau memandang produk substitusi lebih memuaskan secara kualitas, performance dan atribut lain yang relevan
- 3) Apakah pembeli dapat berpindah pada produk substitusi secara mudah²³

Philip kotler mengatakan:

Suatu perusahaan dapat mencoba bersaing dan memenangkan persaingannya dengan empat cara : ia dapat melakukan penawaran

²² Wihana Kirana Jaya, 2001. Ekonomi Industri, Edisi 2, BPFE, hal. 37

²³ Thomson & Strickland, 2004. Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases. Ed 14th, New York : McGraw-Hill ,

suatu produk yang lebih baik, penawaran mutu yang berbeda, penawaran harga yang lebih murah atau penawaran pelayanan yang lebih cepat.”²⁴

Mengamati pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa suatu perusahaan dapat memperoleh hasil maksimal dan mampu menghadapi pesaing-pesaing yang ada, asalkan segala sesuatu yang dihasilkannya adalah yang terbaik yang dapat dikeluarkan.

Hal senada diuraikan oleh Porter dalam bukunya Manajemen Pemasaran mendefinisikan kemampuan bersaing adalah:

Kemampuan perusahaan dalam dalam menghadapi persaingan di kalangan pesaing yang ada untuk meningkatkan pendapatan usaha berbentuk perlombaan untuk mendapatkan posisi, dengan menggunakan taktik-taktik seperti persaingan harga, perang iklan, pengenalan produk dan meningkatkan pelayanan.”²⁵

Dapat dilihat pendapat diatas berorientasi kepada kenyamanan pelanggan. Dan kemampuan apa yang dapat diberikan perusahaan dari konsumen.

Lebih jelasnya Kotler mengemukakan bahwa:

Kemampuan bersaing perusahaan menghasilkan produk “nomor satu”, yaitu perusahaan yang dapat menghasilkan mutu terbaik, harga terendah, dan teknologi tercanggih sehingga menghasilkan kemampuan mengelola, mempertahankan dan menghadapi segala ancaman-ancaman dalam persaingan.”²⁶

²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Tujuh (Jakarta:FEUI,1993), hlm.14

²⁵ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing* (Jakarta: Erlangga, 1994), hlm.16.

²⁶ Philip Kotler, op. cit, hlm.21

Oleh karena yang dipromosikan menurut Kotler adalah produk “nomor satu” yang mencakup hal tersebut diatas agar dapat menghadapi persaingan. Pendapat serupa juga dikemukakan oleh D.W Foster, yaitu:

Bahwa mutu terbaik, pelayanan terbaik, harga terendah, nilai terbaik dan teknologi yang paling maju, apabila perusahaan menekankan pada salah satu posisi ini dan secara konsisten memenuhinya kemungkinan besar akan menjadi dan selalu diingat sepanjang masa karena posisinya tersebut.²⁷

Jadi lingkup dan peranan perusahaan akan lebih dirasakan, bila diperhatikan bagaimana memproduksinya, orientasi pasarnya dan teknologi yang digunakan. Apabila telah dapat menghasilkan lebih banyak, lebih baik, dan lebih bermutu, tentunya konsumen akan tetap menjadi pelanggan stianya. Dan sudah tentu perusahaan akan mampu menghadapi berbagai persaingan yang telah ada.

Adapun pendapat Winardi, tentang definisi kemampuan bersaing adalah “kemampuan suatu lembaga-lembaga atau perusahaan dalam usahanya menghadapi tekanan-tekanan dari pesaingnya seperti dalam hal promosi, produk, harga, mutu dan pelayanan.”²⁸

Dari pendapat-pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang krusial, kemampuan bersaing adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola, mempertahankan dan menghadapi ancaman-ancaman pesaing. Yang kesemuanya memerlukan taktik (strategi) dan manajemen yang baik serta tidak mudah bagaimana menghasilkan produk

²⁷ D.W Foster, *Keunggulan Bersaing* (Jakarta:Erlangga,1980), hlm.13.

²⁸ Winardi, *Strategi Pemasaran*, (Bandung:Mandar Maju,1989), hlm.24

nomor satu yaitu produk bermutu terbaik, harga terendah, pelayanan yang lebih cepat dan teknologi yang lebih canggih.

Hasil akhir dari proses tersebut adalah pendapatan usaha yang meningkat yang akan menjadokan perusahaan semakin mampu mewujudkan perkembangan dan pertumbuhan yang didambakan. Posisi kemampuan bersaing suatu perusahaan selain dapat dilihat dari pendapatan usaha dan produk yang dipasarkan juga pangsa pasar yang telah dikuasai. Hal ini berarti produk yang dihasilkan dan dilemparkan kepasar harus memenuhi persyaratan yaitu :

- a. Mutu produk yang disesuaikan dengan tuntutan pengguna
- b. Harga yang oleh para pengguna dianggap wajar dan terjangkau
- c. Sesuai dengan selera pemakai dalam arti dari segi kemuktahiran mengikuti “mode” dan perkembangan jaman
- d. Mampu memenuhi sebagian kebutuhan pengguna
- e. Kemudahan dalam pembelian dengan sistem kredit apabila diinginkan
- f. Pelayanan purna jual diandalkan.²⁹

Produk mempunyai peranan cukup penting untuk kemajuan suatu perusahaan. Oleh karena itu perlunya perusahaan melihat dan menelusuri kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan dalam hal produk, mutu, promosi, pelayanan dan teknologi yang digunakan. Untuk itu dapat digunakan sistem analisis SWOT yang dapat dilihat baik secara ekstern yaitu peluang (opportunity) dan ancaman (treatment). Dan secara intern yaitu dari kekuatan (Strenght) dan kelemahan (weakness) guna mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang

²⁹ Sondang dan P Siagian, *Manajemen Strategik*. (Jakarta: Bina Aksara, 1990), hlm.12

diinginkan. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan diharapkan dapat menghadapi bahaya-bahaya lain yang dilakukan oleh para pesaing.

Kotler membedakan empat tingkat persaingan, berdasarkan tingkat substitusi produk, sebagai berikut.

- a. *Persaingan merek* :Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa pada pelanggan yang sama dengan harga yang sama.
- b. *Pesaing industry* :Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama, misalnya persaingan antara perusahaan.
- c. *Persaingan bentuk* : Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang memproduksi produk yang memberikan jasa yang sama.
- d. *Persaingan generic* : Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan rupiah konsumen yang sama.³⁰

Persaingan terjadi karena suatu kelompok perusahaan mengejar sasaran yang sama pula. Dan persaingan yang kebanyakan terjadi adalah jenis persaingan murni (*pure competition*). Persaingan murni merupakan keadaan pasar yang berkembang apabila suatu pasar mempunyai :

- 1) Produk-produk homogen
- 2) Banyak pembeli dan penjual yang mempunyai pengetahuan sepenuhnya mengenai harga

³⁰ Philip Kotler, et.al., *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku 1 (Jakarta :Prentice Hall, 2000), hlm.317.

- 3) Mudahnya masuk bagi pembeli dan penjual, yaitu perusahaan baru tidak mempunyai banyak kesulitan untuk memulai dalam bisnis dan langganan baru dapat dengan mudah masuk pasar.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kemampuan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola usahanya, mempertahankan usahanya dan kemampuan didalam menghadapi ancaman-ancaman yang dilancarkan oleh pesaing. Adapun indikator dari kemampuan bersaing adalah harga produk, keunggulan produk, Kualitas pelayanan dan teknologi.

3. Hakikat Industri Kecil

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa.

Michael A. Hitt, R. Duane Ireland dan Robert E. Hoskisson dalam bukunya *Manajemen Strategis Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi* mengatakan, “Industri adalah kelompok perusahaan yang menghasilkan produk yang mirip atau merupakan pengganti satu sama lainnya.”³¹

³¹ Michael A. Hitt, R. Duane Ireland dan Robert E. Hoskisson, *Manajemen Strategis Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi*, Penerjemah Armand Hedyanto, (Jakarta : Erlangga, 1997), hlm.5

Menurut Kamus Ekonomi yang menyatakan bahwa Industri adalah suatu kelompok aktivitas ekonomi yang berkaitan yang diklasifikasikan sesuai dengan jenis dari barang atau jasa yang disediakan.

Berdasarkan beberapa teori diatas, jelaslah bahwa suatu industri akan menghasilkan produk-produk tertentu yang memiliki ciri khas perusahaan, demi untuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan tersebut.

Pengertian usaha kecil berdasarkan Undang-Undang No.20 tahun 2008 tentang UMKM, Usaha kecil adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung atau maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Industri kecil tergolong dalam batasan usaha kecil menurut Undang-undang No.9 tahun 1995 tentang usaha kecil, maka batasan industri kecil sebagai berikut :

Industri kecil adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan, bertujuan

untuk memproduksi barang ataupun jasa untuk diperniagakan secara komersial, yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta dan mempunyai nilai penjualan pertahun sebesar Rp. 1 milyar atau kurang.³²

Pada dasarnya pengertian usaha kecil dengan industri kecil tidak jauh berbeda. Pengertian usaha kecil adalah seluruh sektor kegiatan ekonomi, sedangkan pengertian industri kecil hanya satu sektor kegiatan ekonomi saja yaitu sektor industri. Jadi usaha kecil adalah bagian dari industri kecil.

B. Kerangka Berpikir

Industri merupakan suatu aktivitas ekonomi yang tidak lepas dari kondisi geografis. Konsentrasi aktivitas ekonomi dalam suatu Negara menunjukkan bahwa industrialisasi merupakan suatu proses selektif dipandang dari dimensi geografis. Oleh sebab itu industri sentral muncul karena perusahaan-perusahaan yang ada dalam suatu industri menemukan segala keuntungan yang bisa mereka dapatkan bila mereka mengelompokkan diri didalam suatu area geografis. Dengan mengelompokkan diri, dapat meningkatkan pendapatan para pengusaha karena konsumen sudah mengetahui tempat usaha tersebut.

Banyak faktor yang mempengaruhi kestabilan pendapatan tersebut antara lain kematangan anggota cluster, keragaman produk, kestabilan penjualan dan tingkat resiko bisnis serta kemampuan bersaing industri.

³² Anonimous. *Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil Menengah 2002-2004. Buku 1, Kebijakan dan Strategi Umum Pengembangan Industri Kecil Menengah*. Departemen Perindustrian dan perdagangan.2002. hlm 1.c

Pertumbuhan pendapatan dalam suatu usaha akan mempengaruhi keberhasilan dari perusahaan tersebut. Pendapatan bagi perusahaan merupakan sumber keuangan untuk membiayai kegiatan usaha perusahaan. Para pengusaha menjajaki beberapa cara untuk menekan biaya produksi mereka sampai ke tingkat yang serendah-rendahnya sehingga produksi mereka dapat bersaing dalam hal harga. Hal tersebut dilakukan para pengusaha dalam upaya meningkatkan pendapatan usahanya.

Dalam meningkatkan pendapatannya, suatu industri dihadapkan pada para pesaing-pesaing dalam industri yang mereka tekuni. Suatu industri mencapai keunggulan kompetitif ketika memiliki beberapa jenis keunggulan atas saingan dalam menarik pembeli dan dapat mengatasi kekuatan-kekuatan kompetitif pesaing. Ada banyak jalan untuk memperoleh keuntungan kompetitif, yang diperoleh dari pembeli yang menganggap produk kita mempunyai nilai unggul dibandingkan dengan produk lain yang berasal dari pesaing kita. Nilai unggul dapat berarti produk yang bagus dengan harga yang lebih rendah, sebuah produk unggulan yang layak dibayar lebih; atau harga terbaik yang ditawarkan yang merupakan kombinasi menarik dari harga, fitur, kualitas, pelayanan, dan atribut menarik lainnya.

Dengan keunggulan yang dimiliki oleh pengusaha dalam menghadapi competitor/pesaing mereka, diharapkan dapat meningkatkan penjualan atas barang yang mereka produksi, sehingga dapat meningkatkan pendapatan usahanya.

Jadi semakin tinggi kemampuan pengusaha untuk bersaing maka akan semakin banyak pula peluang untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar. Begitu pula sebaliknya semakin rendahnya kemampuan bersaing yang dimiliki maka semakin rendah pula kesempatan untuk mendapatkan pendapatan yang besar. Tujuan utama persaingan adalah merebut pasar, merebut konsumen dan merebut kesetiaan konsumen agar mereka menjadi pelanggan tetap. Dengan cara ini, perusahaan lain akan tersingkir dan tentunya usaha akan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa apabila kemampuan bersaing perusahaan semakin tinggi maka semakin tinggi pula pendapatan usaha yang diperoleh pengusaha, sebaliknya jika pengusaha tidak mempunyai kemampuan bersaing, maka akan menurunkan pendapatan usahanya.

C. Perumusan Hipotesis

Berdasarkan teori dan kerangka berpikir yang telah di uraikan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan bahwa terdapat pengaruh positif antara kemampuan bersaing terhadap pendapatan usaha pada industri garmen di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta. Sehingga semakin mampu pengusaha tersebut dalam menghadapi persaingan, maka akan meningkatkan pendapatan usahanya, sebaliknya jika pengusaha tidak mempunyai kemampuan dalam bersaing maka akan menurunkan pendapatan usahanya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengolah data empiris dan fakta-fakta serta pengetahuan yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliable) tentang pengaruh kemampuan bersaing terhadap pendapatan usaha pada industri garment di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta. Tempat ini dipilih karena Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung merupakan salah satu kelompok industri yang ada di Jakarta, sehingga dapat memungkinkan untuk menjadi tolak ukur perkembangan industri kecil di Jakarta.

Waktu penelitian dilaksanakan selama dua bulan, yakni bulan Maret–April Tahun 2012 dengan alasan pada waktu tersebut merupakan waktu yang paling luang untuk melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat lebih menfokuskan diri pada pelaksanaan penelitian, juga karena keterbatasan peneliti dalam waktu, tenaga, dan dana.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, yakni untuk memperoleh informasi yang bersangkutan dengan status gejala pada saat penelitian dilakukan.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi menurut Arikunto adalah keseluruhan subyek penelitian.³³ Sedangkan menurut Sudjana Populasi adalah “totalitas semua nilai yang mungkin, menghitung hasil atau pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya”.³⁴

Berdasarkan teori diatas, populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha yang bergerak di bidang garmen pakaian di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung berjumlah 78 pengusaha. Sampel ditarik 50% dari populasi, sehingga didapat responden sebanyak 40 pengusaha.

Menurut Arikunto Sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti.”³⁵ Sedangkan menurut Sudjana sampel adalah “sebagian yang diambil dari populasi.”³⁶

Teknik sampel acak sederhana yaitu prosedur pengambilan sampel dimana semua individu yang masuk dalam kategori populasi mempunyai

³³ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta : Rineka Cipta. 2002), hlm.108.

³⁴ Sudjana, *Metoda Statistika*. (Bandung:Tarsito,2002), hlm.6.

³⁵ Suharsimi Arikunto, *op.cit.*, 109

³⁶ Sudjana, *loc. cit*

kesempatan yang sama dan bebas untuk dipilih dan terpilih dan terwakili sebagai anggota dari suatu sampel dengan cara pengundian untuk pengusaha konveksi yang diteliti.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini meneliti 2 variabel, yaitu kemampuan bersaing sebagai variabel X dan pendapatan usaha sebagai variabel Y. penelitian menggunakan data primer untuk kedua variable tersebut.

1. Pendapatan Usaha (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Pendapatan usaha adalah penerimaan yang diperoleh pengusaha dari hasil usaha pokok atau utama perusahaan, yaitu berupa penjualan barang hasil produksi.

b. Definisi Operasional

Pendapatan usaha diukur dengan menggunakan kuisisioner (angket) dengan cara mengisi besarnya pendapatan rata-rata tiap bulannya. Pengambilan data dari hasil penjualan ini didasarkan pada Laporan Penjualan Pengusaha PIK pada usaha Garment pada bulan Maret 2012.

2. Kemampuan Bersaing (Variabel X)

a. Definisi Konseptual

Kemampuan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola usahanya, mempertahankan usahanya dan kemampuan didalam menghadapi ancaman-ancaman yang dilancarkan oleh pesaing.

b. Definisi Operasional

Kemampuan bersaing dipengaruhi oleh Keatraktifan harga produk, keunggulan produk, Kualitas pelayanan dan teknologi. Kemampuan bersaing dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan instrument berbentuk skala likert.

c. Kisi-Kisi Instrumen Kemampuan Bersaing

Kisi-kisi instrumen kemampuan bersaing yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kemampuan bersaing yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kemampuan bersaing. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang drop setelah dilakukan uji validitas dan uji realibilitas serta analisis butir soal dan untuk memberikan gambaran sejauh mana instrument final masih mencerminkan indikator variabel kemampuan bersaing.

Tabel III.1
Kisi-Kisi Instrumen Kemampuan Bersaing

Variabel	Indikator	Nomor butir	
		Uji coba	Final
Kemampuan bersaing	1. Keatraktifan harga produk	1,5,14,15,23	1,5,12,13,20
	2. keunggulan produk	4,9,12,17,20	4,7,10,15,18
	3. Kualitas pelayanan	2,7*,10,16,19, 21,22*	2,8,14,17,19
	4. Teknologi	3,6*,8,11,13, 18	3,6,9,11,16

*) Drop

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model skala likert telah disediakan dalam setiap jawaban bernilai 1 sampai dengan 4 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel III.2
Skala Penilaian untuk Instrumen Penilaian Kemampuan Bersaing

Jawaban	Bobot Skor	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

d. Validasi Instrumen Kemampuan Bersaing

Proses pengembangan instrumen kemampuan bersaing dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk pernyataan sebanyak 23 butir yang mengacu pada indikator-indikator kemampuan bersaing, seperti yang terlihat pada tabel 3.3 yang disebut sebagai konsep instrumen.

Tahap berikutnya konsep instrumen di konsultasikan pada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel kemampuan bersaing setelah konsep instrument disetujui, langkah selanjutnya adalah instrument tersebut diujicobakan kepada 30 responden yaitu para pengusaha garmen pakaian di Jalan Plumpang Semper Jakarta Utara.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan rumus regresi *product moment* :

$$rit = \frac{\sum xi \ xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}$$

Keterangan:

rit : Koefisien skor butir dengan skor total instrument

xi : Deviasi skor dari *Xi*

xt : Deviasi skor dari *Xt*

Batas minimum pertanyaan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butar pertanyaan dianggap valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau di drop.

Setelah dilakukan uji coba, selanjutnya pernyataan yang valid dihitung realibilitasnya dengan *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

keterangan :

r_{ii} = Koefisien realibilitas tes

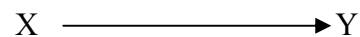
k = Cacah butir

Si = Varian skor butir

St = Varian skor total

F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel X (kemampuan bersaing) terhadap variabel Y (Pendapatan usaha), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

X : Variabel Bebas (kemampuan bersaing)

Y : Variabel Terikat (Pendapatan Usaha)

→ : Arah Pengaruh

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi dengan langkah langkah sebagai berikut :

1. Mencari Persamaan Regresi

Persamaan regresi dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana variabel yang satu dihubungkan dengan variabel lainnya. Didapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana nilai a dan b dapat dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{\sum xy}{\sum xy^2} \quad \text{dan} \quad a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

dimana :
$$\sum xy = \sum xy - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum x^2 = \sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}$$

2. Uji Persyaratan Analisis

Menguji normalitas dengan galat taksiran regresi Y dan X dengan uji lilifors. Uji ini untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak pada taraf signifikan (α) = 0,05.

$$Lo = F (Zi) - S (Zi)^{37}$$

Keterangan :

Lo = Harga mutlak terbesar

F (Zi) = Peluang angka baru

S (Zi) = Proporsi angka baru

Hipotesis Statistik :

Ho : Galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal

Hi : Galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi tidak normal

³⁷ Ibid, p.400

Kriteria Pengujian :

Jika $L_{tabel} > L_{hitung}$, maka H_0 diterima, berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah persamaan yang diperoleh berarti atau tidak berarti dengan kriteria $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta \neq 0$$

Kriteria pengujian keberartian regresi adalah :

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi berarti.

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi tidak berarti.

Regresi dinyatakan berarti (signifikan) jika menolak H_0 .

b. Uji Linearitas Regresi

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berbentuk linier atau tidak linier. Dengan hipotesis statistik:

$$H_0 : Y = \alpha + \beta x$$

$$H_1 : Y \neq \alpha + \beta x$$

Kriteria pengujian Linieritas regresi adalah :

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka regresi linier.

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka regresi tidak linier.

Persamaan regresi dinyatakan linier jika menerima H_0 .

Langkah perhitungan keberartian regresi terlihat pada tabel ANAVA pada tabel berikut :

Tabel III.3
Tabel Analisis Varians (ANAVA)³⁸

Sumber Varian	DK	Jumlah Kuadrat	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F hitung	Ftabel
Total (T)	N	$\sum Y^2$	-	-	-
Regresi (a)	I	$\frac{\sum Y^2}{N}$	-	-	-
Regresi (a/b)	I	$b \cdot \sum xy$	$\frac{JK(b/a)}{dk(b/a)}$	$\frac{RJK(b/a)}{RJK(b/a)}$	$F(1,\alpha)(1,n-2)$ $F_o > F_t$ Regresi sangat signifikan
Residu (S)	n-2	$JK_{(T)} - JK_{(a)} - JK_{(b/a)}$	$\frac{JK(S)}{dk(S)}$	-	-
Tuna Cocok (TN)	k-2	$JK_{(S)} - JK_{(G)}$	$\frac{RJK(TC)}{db(TC)}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(TC)}$	$F(1-\alpha)(k-2,N-k)$

³⁸ Pudji Muljono, validasi Instrumen dan Teknik Analisis Data. Disampaikan pada Lokakarya Peningkatan Suasana Akademik Jurusan Ekonomi FIS-UNJ tanggal 28 Juli – 1 Agustus 2003, hlm.36

Galat (G)	n-k	$\left\{ \begin{array}{l} \sum \{Yk^2 \\ - \frac{(\sum Yk)^2}{Nk} \end{array} \right\}$	$\frac{JK(G)}{dk(G)}$		Fo < Ft Regresi berbentuk linier
-----------	-----	---	-----------------------	--	--

c. Perhitungan Koefisien Korelasi

Menghitung koefisien korelasi *product moment* (r_{xy}) dari Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}} \quad 39$$

Keterangan :

r_{xy} : Tingkat Keterikatan hubungan

$\sum x$: Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$: Jumlah skor dalam sebaran Y

Perhitungan koefisien korelasi juga dilakukan untuk mengetahui tingkat keterikatan hubungan antara variabel X dan variabel Y.

d. Uji keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui signifikan koefisien korelasi digunakan uji-t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

keterangan :

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Suatu Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI* (Jakarta :Rineka Cipta,2006), hlm.170.

t_{hitung} : Skor signifikan koefisien korelasi

r : Koefisien korelasi product moment

n : Banyaknya data

Hipotesis statistic :

$H_0 : \rho \leq 0$

$H_1 : \rho > 0$

Criteria pengujian :

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi signifikan.

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka koefisien korelasi tidak signifikan.

Hal ini dilakukan pada taraf signifikan (α) = 0,05 dengan derajat kebebasan (DK) = $n-2$, jika H_0 ditolak maka koefisien korelasi signifikan.

e. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya diadakan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui besarnya variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r_{xy}^2 \quad 40$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

r_{xy} : Koefisien korelasi product moment

⁴⁰ M.Pabundu Tika, Metodologi Riset Bisnis (Jakarta :Bumi Aksara,2006)

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum mengenai penyebaran atau distribusi data. Skor yang akan disajikan setelah diolah dari data mentah dengan menggunakan statistik deskriptif yaitu skor rata-rata dan simpangan baku atau standar deviasi.

Berdasarkan jumlah variabel dan merujuk kepada masalah penelitian, maka deskripsi data dapat dikelompokkan menjadi dua bagian sesuai dengan jumlah variabel penelitian. Kedua bagian tersebut kemampuan bersaing sebagai variabel independen dan pendapatan usaha sebagai variabel dependen. Hasil perhitungan statistik deskriptif masing-masing variabel secara lengkap diuraikan sebagai berikut:

1. Data Pendapatan Usaha

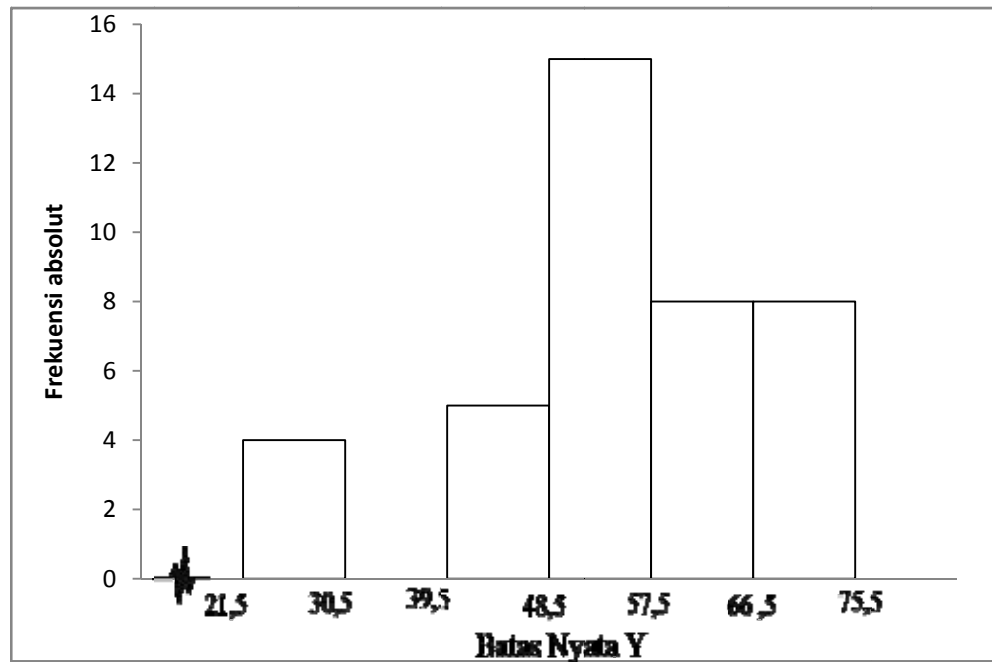
Data Pendapatan usaha (variabel Y) diperoleh dari hasil wawancara dengan para pengusaha yang berupa jumlah total uang yang diterima dari usaha garment dalam periode tertentu. Pengambilan data pendapatan usaha ini didasarkan pada laporan pendapatan yang diperoleh pengusaha garmen di PIK Pulogadung dalam satu bulannya yang memiliki kriteria yang sama yaitu para pengusaha konveksi yang mempunyai barak usaha di kawasan PIK Pulogadung.

Data pendapatan usaha yang pertama diperoleh dengan menghitung besarnya jumlah skor dan rata-ratanya. Berdasarkan data yang terkumpul, diperoleh skor terendah 22 dan skor tertinggi adalah 75, jumlah skor adalah 2177 sehingga rata-rata skor pendapatan usaha (\bar{Y}) adalah sebesar 54,43 varians (S^2) sebesar 182,507 dan simpanan baku (S) sebesar 13,510. Distribusi frekuensi data pendapatan usaha dapat dilihat pada tabel IV.1 di bawah ini. Diketahui rentang nilai 53, banyaknya kelas interval 6, dan panjang kelas interval 9 (data pendapatan usaha dalam jutaan rupiah).

Tabel IV.1
Distribusi Frekuensi Pendapatan Usaha
(Variabel Y)

No.	Kelas Interval	Frek. Absolut	Frek. Relatif	Batas Bawah	Batas Atas
1	22 - 30	4	9%	21,5	30,5
2	31 - 39	0	0%	30,5	39,5
3	40 - 48	5	12%	39,5	48,5
4	49 - 57	15	35%	48,5	57,5
5	58 - 66	8	19%	57,5	66,5
6	67 - 75	8	19%	66,5	75,5
Jumlah		40	100%		

Untuk mempermudah penafsiran dari data pendapatan usaha maka data dapat digambarkan dalam grafik histogram berikut :



Gambar IV.1

Grafik Histogram (Y) Pendapatan Usaha

Berdasarkan grafik histogram pada gambar IV. 1 dapat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel pendapatan usaha yaitu 15 yang terletak pada kelas ke 4 (empat) antara 49-57 dengan frekuensi relatif sebesar 35%, artinya yaitu 15 pengusaha yang mempunyai pendapatan yang berkisar dari Rp. 49.000.000,00 sampai dengan Rp. 57.000.000,00. Frekuensi kelas terendah yaitu yang terletak pada kelas ke 2 (dua) yakni antara 31-39 dengan frekuensi relatif sebesar 0%, artinya tidak ada pengusaha yang

berpenghasilan diantara Rp. 31.000.000,00 sampai dengan Rp. 39.000.000,00.

2. Data Kemampuan Bersaing

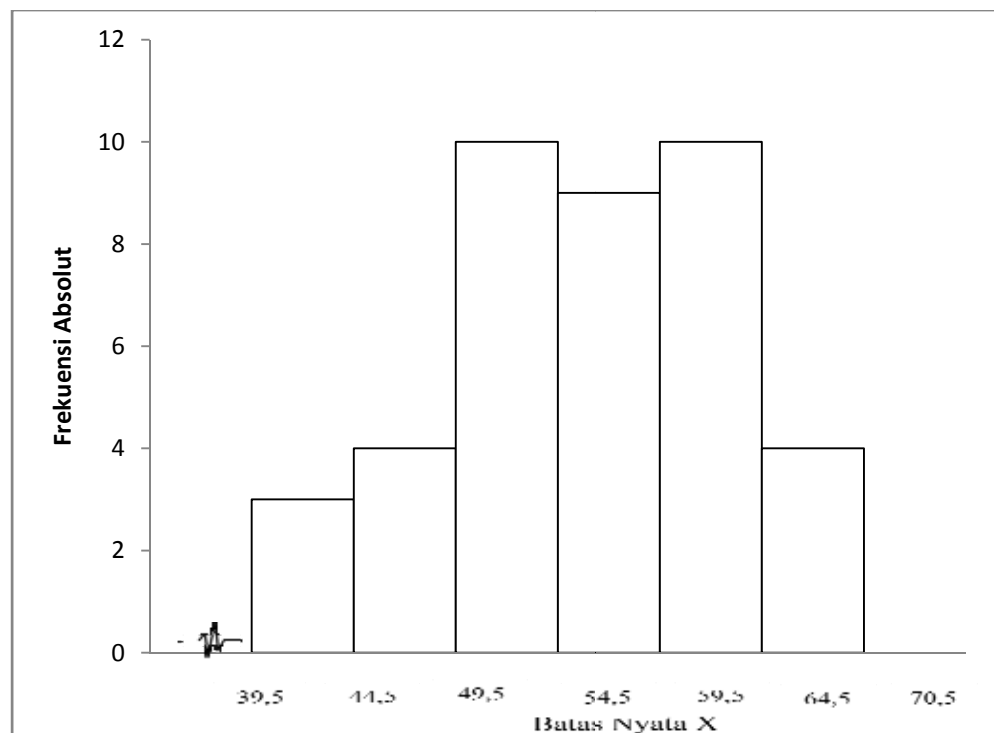
Data Kemampuan Bersaing diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian dengan model skala likert sebanyak 20 pernyataan oleh 40 responden yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas yang terbagi dalam empat indikator. Yaitu keatraktifan harga produk, keunggulan produk, kualitas pelayanan, dan teknologi.

Berdasarkan data yang terkumpul, diperoleh skor terendah 40, skor tertinggi 71, rata-rata skor Kemampuan bersaing (X) sebesar 58,28 artinya semakin tinggi rata-rata skor variabel X maka semakin tinggi tingkat kemampuan bersaing untuk setiap responden, varians sebesar 75,640 dan simpangan baku sebesar 8,697. Distribusi frekuensi data kemampuan bersaing dapat dilihat pada tabel IV.2 di bawah ini. Diketahui rentang skor 31, banyak kelas interval 6, dan panjang kelas interval 6.

TABEL IV. 2
Distribusi Frekuensi Kemampuan Bersaing
(Variabel X)

No.	Kelas Interval	Frek. Absolut	Frek. Relatif	Batas Bawah	Batas Atas
1	40 - 45	3	7%	39,5	45,5
2	46 - 51	4	9%	45,5	51,5
3	52 - 57	10	23%	51,5	57,5
4	58 - 63	9	21%	57,5	63,5
5	64 - 69	10	23%	63,5	69,5
6	70 - 75	4	9%	69,5	75,5
Jumlah		40	100%		

Untuk mempermudah penafsiran dari data kemampuan bersaing maka data dapat digambarkan dalam grafik histogram berikut :



Gambar IV.2

Grafik Histogram (X) Kemampuan Bersaing

Berdasarkan grafik histogram pada gambar IV.2 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel kemampuan bersaing yaitu 10 yang terletak pada kelas ke-3 antara 52-57 dan ke 5 antara 60-64 dengan frekuensi relatif masing-masing sebesar 23 %, dan frekuensi terendahnya

adalah 3 yang terletak pada kelas ke 1 yakni antara 40-45 dengan frekuensi relatif masing-masing sebesar 7% .

Berdasarkan hasil perhitungan masing-masing indikator dari variabel kemampuan bersaing terlihat bahwa indikator yang memiliki skor paling besar adalah indikator keunggulan produk, yaitu sebesar 25,56%. Selanjutnya, indikator keatraktifan harga produk yaitu sebesar 24,97%, indikator kualitas pelayanan yaitu sebesar 24,88% dan indikator teknologi sebesar 24,50%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.3.

Tabel IV.5 menunjukkan bahwa semua indikator mempunyai pengaruh yang hampir sama dalam kemampuan bersaing. Tapi indikator yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan bersaing adalah keunggulan produk yaitu sebesar 25,65%, sedangkan kinerja pengurus yang kurang berpengaruh adalah teknologi yaitu sebesar 32,9%.

Tabel IV.3

Perhitungan Indikator Variabel Kemampuan Bersaing

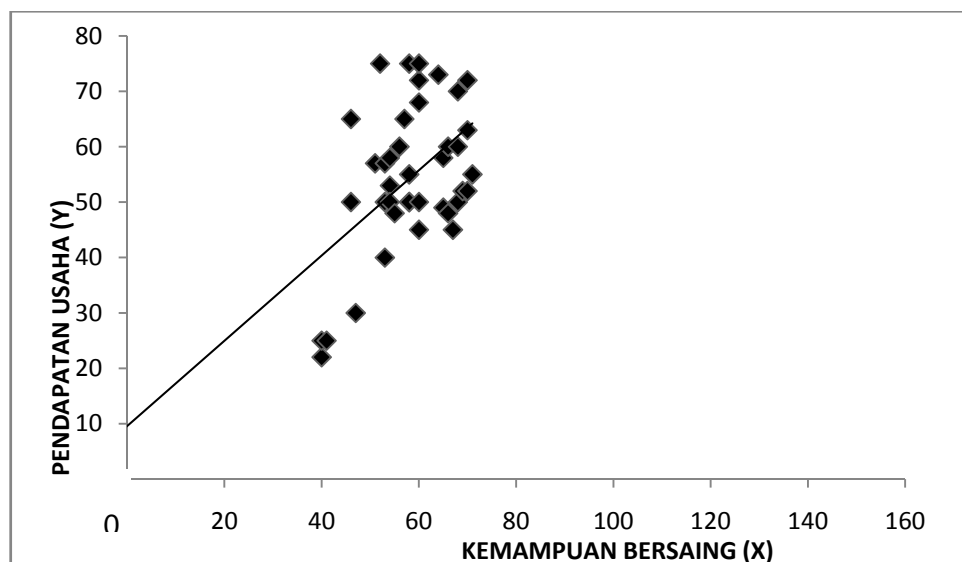
Variabel	Strategi Bersaing			
	Keatraktifan harga	Keunggulan produk	Kualitas pelayanan	Teknologi
Jumlah soal	5	5	5	5
Skor	116,4	119,6	116	114,2
Rata-rata	466,2			
% per indikator	24,97%	25,65%	24,88%	24,50%

B. Analisis Data

1. Mencari Persamaan Regresi

Berdasarkan data analisis regresi linear sederhana terhadap pasangan data penelitian variabel kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha menghasilkan koefisien regresi ($b= 0,77$) dan konstanta ($a= 9,58$). dengan demikian bentuk hubungan antara variabel kemampuan Bersaing dengan pendapatan usaha memiliki persamaan regresi $\hat{Y}= 9,58 + 0,770X$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kemampuan bersaing (X) akan mengakibatkan kenaikan pendapatan usaha (Y) sebesar $0,77$ pada konstanta $9,58$ (proses perhitungan terdapat pada lampiran 19).

Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 9,58 + 0,77 X$ dapat dilukiskan pada grafik IV.3 berikut ini:



Gambar IV. 3
Grafik Persamaan Regresi $\hat{Y} = 9,58 + 0,770X$

Persamaan grafik ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu skor kemampuan bersaing dapat menyebabkan kenaikan pendapatan usaha sebesar 0,770 atau 77% pada konstanta 9,58. Grafik diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha pada pengusaha garmen di PIK Pulogadung Jakarta.

2. Penguji Persyaratan Analisis

a. Normalitas

Pegujian normalitas galat taksiran dilakukan untuk menguji apakah galat taksir regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran Y atas X dilakukan dengan uji Liliefors pada taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$), dengan kriteria pengujian berdistribusi normal, apabila $L_{hitung} (L_O) < L_{tabel} (L_t)$ dan juga sebaliknya, maka galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV. 4
Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran

Galat Taksiran	$L_{hitung} (L_O)$	$L_{tabel} (L_t)$	Keputusan	Keterangan
Y atas X	0,111	0,140	Terima Ho	Normal

Sumber data: Diolah peneliti tahun 2012

Hasil penelitian uji normalitas memberikan nilai L_o sebesar 0,111 sedangkan L_t 0,140. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini data berdistribusi normal dimana $L_o (0,111) < L_t (0,140)$.

b. Uji Linieritas Regresi

Perhitungan uji linieritas regresi digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linier atau non linier. Untuk mengetahui linieritas dari sebuah regresi maka perlu dicari nilai F karena untuk menguji linieritas regresi digunakan kriteria pengujian terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ sehingga regresi dikatakan linier jika berhasil menerima H_0 .

Analisis regresi linier sederhana pasangan data penelitian antara variabel kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha memiliki persamaan regresi sebagai berikut $\hat{Y} = 9,58 + 0,77 X$. dengan persamaan regresi tersebut diperoleh hasil perhitungan yang disajikan dalam tabel IV.5.

Tabel IV. 5
Tabel Anava Untuk Uji Keberartian dan Uji Kelinieran
Persamaan Regresi Kemampuan Bersaing (Y) dan
Pendapatan Usaha (X)
 $\hat{Y} = 9,58 + 0,77 X$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F_{hitung}	F_{tabel}
Total	40	125601.00			
Regresi (a)	1	118483.23			
Regresi (b/a)	1	1747.26	1747.26	12.36*)	4.10
Sisa	38	5370.51	141.33		
Tuna Cocok	19	3398.68	178.88	1.72ns)	2,15
Galat Kekeliruan	19	1971.83	103.78		

Keterangan :

*) = Regresi signifikan $F_{hitung} (12,36) > F_{tabel} (4,10)$

ns) = Regresi Linier $F_{hitung} (1,72) < F_{tabel} (2,15)$

Langkah selanjutnya diadakan pengujian kelinieran regresi untuk mengetahui apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linier atau non linier. Dengan kriteria pengujian terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dari hasil perhitungan uji kelinearan regresi dengan menggunakan tabel ANAVA dengan dk pembilang 38 dan dk penyebut 19 pada taraf kesalahan 5% diperoleh nilai ($F_h = 1,72$) dan ($F_t = 2,15$). Dengan nilai ($F_h = 1,72$) < ($F_t = 2,15$) maka persamaan regresi ($\hat{Y} = 9,58 + 0,77 X$) berbentuk linier.

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Uji Keberartian Koefisien Regresi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh berarti atau tidak. Hipotesis yang diharapkan adalah hubungan antara kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha adalah berarti atau signifikan.

Kriteria pengujian terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, sebaliknya koefisien regresi diketahui berarti jika berhasil menolak H_0 . Berdasarkan hasil perhitungan uji keberartian regresi dengan menggunakan tabel ANAVA dengan dk pembilang 1 dan dk penyebut 38 pada taraf kesalahan 5% diperoleh nilai $F_{hitung} = 12,36$ dan $F_{tabel} = 4,10$ karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi tersebut berarti atau dengan kata lain hubungan kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha adalah berarti atau signifikan.

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Perhitungan koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keterikatan hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Perhitungan koefisien korelasi ini menggunakan rumus Product Moment dari Pearson. Didapat tingkat keterikatan antara kemampuan bersaing (X) dengan pendapatan usaha (Y) diperoleh $r_{xy} = 0,495$.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,495$ artinya dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha.

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Dalam penelitian ini untuk menguji keberartian hubungan antara kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha, menggunakan uji-t pada taraf signifikansi 5 %, dk (n-2). Kriteria pengujianya adalah terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Berdasarkan pengujian keberartian koefisien korelasi antara Kemampuan Bersaing (X) dan Pendapatan Usaha (Y), didapat $t_{hitung} = 3,52$, dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk (n-2) = (40 - 2) = 38 sebesar 1,70. Didasarkan pada ketentuan di atas, maka $t_{hitung} 3,52 > t_{tabel} 1,70$. Dengan demikian H_0 ditolak artinya ada hubungan yang signifikan antara kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha. Untuk uji signifikansi koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.6

Tabel IV. 6
Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi antara X dan Y

Koefisien antara	Koefisien Korelasi	t_{hitung}	t_{tabel}
X dan Y	0,495	3,52	1,70

Keterangan : Koefisien korelasi signifikan ($t_{hitung} > t_{tabel}$) = $3,52 > 1,70$

d. Koefisien Determinasi

Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan koefisien determinasi yang bertujuan untuk mengetahui besarnya variasi variabel X Kemampuan Bersaing terhadap variabel Y Pendapatan Usaha.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 0,2455. Hal ini berarti bahwa variasi pendapatan usaha 24,55% dijelaskan oleh kemampuan bersaing dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain (proses perhitungan lihat pada lampiran 32).

C. Interpretasi hasil Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diketahui adanya pengaruh positif antara kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha pada industri garmen di PIK Pulogadung Jakarta. Sesuai dengan teori yang telah disajikan sebelumnya bahwa kemampuan bersaing perusahaan menghasilkan produk-produk nomor satu, dengan menghasilkan mutu terbaik, harga terendah dan teknologi tercanggih sehingga menghasilkan kemampuan mengelola, mempertahankan dan menghadapi ancaman-

ancaman dalam persaingan sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan usaha.

Pola hubungan antara kedua variabel ini dinyatakan oleh persamaan regresi $\hat{Y} = 9,58 + 0,770X$ persamaan ini memberikan informasi bahwa setiap kenaikan satu unit strategi bersaing dapat mengakibatkan terjadinya kenaikan pada pendapatan usaha sebesar 0,770 pada konstanta 9,58.

Hasil analisis korelasi sederhana antara kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha diperoleh nilai koefisien korelasi r_{xy} sebesar 0,495. Nilai ini berarti bahwa terdapat hubungan positif antara kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha. Artinya semakin baik kemampuan bersaing maka semakin tinggi pula pendapatan usaha. Interpretasi koefisien korelasi tersebut termasuk kedalam koefisien korelasi kategori sedang. Termasuk kategori sedang hal ini berarti kemampuan bersaing cukup mempengaruhi pendapatan usaha pada industri garmen di PIK. Pengusaha garmen akan lebih meningkatkan pendapatan usaha dengan menerapkan kemampuan bersaing yang jauh lebih baik. Hal ini sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Porter dalam bukunya Manajemen Pemasaran yang mendefinisikan Kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan di kalangan pesaing yang ada untuk meningkatkan pendapatan usaha berbentuk perlombaan untuk mendapatkan posisi, dengan menggunakan taktik-taktik seperti persaingan harga, perang iklan, pengenalan produk dan meningkatkan pelayanan.

Perhitungan koefisien determinasi (KD) diperoleh 0,2455, secara statistik nilai ini memberikan pengertian bahwa kurang lebih 24,55% variasi pendapatan usaha dijelaskan oleh kemampuan bersaing dan sebesar 75,45% yang kemungkinan dijelaskan oleh faktor lain.

D. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya sampai pada tingkat kebenaran mutlak. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan yang dilakukan selama melakukan penelitian ini, diantaranya adalah:

- a. Keterbatasan faktor yang diteliti, yaitu peneliti hanya meneliti mengenai hubungan antara kemampuan bersaing dengan pendapatan usaha. Sedangkan pendapatan dalam kegiatan usaha juga berhubungan dengan faktor – faktor lainnya.
- b. Sampel penelitian masih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pengusaha garmen di PIK Pulogadung sehingga mungkin data dianggap kurang representatif.
- c. Hasil dari penelitian hanya berlaku pada pengusaha garmen di PIK Pulogadung dan tidak dapat digeneralisasikan pada pengusaha garmen lainnya, karena setiap respondennya memiliki karakteristik yang berbeda.
- d. Keterbatasan waktu, tenaga dan biaya dalam menyelesaikan penelitian ini.

- e. Keterbatasan kemampuan yang dimiliki peneliti untuk dapat melakukan penelitian yang lebih dalam mengenai kemampuan bersaing dan pendapatan usaha.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara Kemampuan bersaing terhadap pendapatan usaha pada industry garmen di PIK Pulogadung Jakarta. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi sebesar 0,495. usaha. Artinya semakin baik kemampuan bersaing maka semakin tinggi pula pendapatan usaha. Interpretasi koefisien korelasi tersebut termasuk kedalam koefisien korelasi kategori sedang. Pendapatan usaha pada industry garmen di PIK Pulogadung kemampuan bersaing sebesar 24,55% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Kemampuan Bersaing dan Pendapatan Usaha pada Pengusaha Garmen di PIK Pulogadung Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan bersaing merupakan salah satu faktor yang menentukan tingginya pendapatan usaha.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa pengusaha harus dapat menunjukkan kemampuan dalam bersaing dengan para pengusaha lainnya yang cukup tinggi. Kesan positif dari pengusaha terhadap kemampuan

bersaing dapat meningkatkan pendapatan pengusaha tersebut yang pada akhirnya akan memberikan kontribusi terhadap usaha mereka.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa kemampuan bersaing perlu terus ditingkatkan, dengan keatraktifan harga produk, keunggulan produk, kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, serta teknologi. Apabila hal tersebut dapat dilaksanakan dengan baik oleh setiap pengusaha maka kemampuan bersaing dengan para pengusaha lainnya akan semakin positif dan tentunya hal ini akan berdampak pada pendapatan usaha yang semakin tinggi.

C. Saran

Berdasarkan implikasi penelitian di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat, antara lain :

1. Pencapaian tujuan pengusaha garmen di PIK Pulogadung dalam meningkatkan pendapatan usaha harus lebih ditujukan kepada kemampuan bersaing antara lain keatraktifan harga produk, keunggulan produk, kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, serta teknologi.
2. Pengusaha hendaknya lebih mampu dalam menghadapi persaingan yaitu dengan cara meningkatkan kemampuan mereka dalam pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang. Perlu adanya peran dari Pengelola Kawasan Pusat Pengembangan Usaha Mikro,

Kecil Menengah dan Pemukiman (PPUMKMP) Pulogadung untuk meningkatkan kemampuan pengusaha tersebut agar mereka dapat meningkatkan usahanya yang akan berdampak kepada peningkatan pendapatan melalui penetapan harga jual yang kompetitif.

3. Pengelola Kawasan Pusat Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Menengah dan Pemukiman (PPUMKMP) Pulogadung sebagai wadah bagi para pengusaha di PIK harus lebih memperhatikan para pengusaha dalam mengembangkan kegiatan usahanya melalui pemberian pelatihan dan bantuan modal agar para pengusaha mampu bertahan dan menghadapi persaingan dengan pengusaha lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous. *Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil Menengah 2002-2004. Buku 1, Kebijakan dan Strategi Umum Pengembangan Industri Kecil Menengah*. Departemen Perindustrian dan perdagangan.2002.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Suatu Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI* Jakarta :Rineka Cipta,2006.
- Boediono. *Teori Pertumbuhan Ekonomi, Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*, Edisi 1 Cetakan ke-5. Yogyakarta:BPFE, 1992.
- Case & Fair. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Jakarta: PT. Prehailindo, 2002.
- Foster, D.W. *Keunggulan Bersaing*. Jakarta:Erlangga, 1980.
- Harahap,Sofyan Safiri. *Teori Akuntansi, Edisi Revisi, Cet ke – 6*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Harun, M. Pastinews.com. “*Kawasan PIK Seharusnya Primadona Jakarta Timur*”, <http://www.pastinews.com/?p=1663> (diunduh 27 Juli 2011)
- Hitt, Michael A., et.al., *Manajemen Strategis Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi* , Penerjemah Armand Hedyanto, Jakarta : Erlangga, 1997.
- Karina, Sandra. “*Pasca-ACFTA, Tujuh Produk Industri Dievaluasi*”. 2011.(<http://autos.okezone.com/read/2011/04/10/320/444363/320/search.html>)(Diakses tanggal 12 Februari 2012)

- Kotler, Philip, et.al., *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku 1* Jakarta: Prentice Hall, 2000.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, Terjemahan Jaka Wasana Jilid 1.* Jakarta: Erlangga, 1993.
- Lamb, Charles W. *Pemasaran, Buku 2, Penerjemah David Octarevia,* Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Lipsey, R.G & Steiner PO. Pengantar Mikro Ekonomi. *Edisi X Terjemahan A. Jaka Wasana & Kibrandoko.* Jakarta: Binarupa Aksara, 2003.
- Mardiasmo. *Akuntansi Keuangan Dasar I, edisi ke 2, cet ke 2,* Yogyakarta:BPFE,1995.
- Muljono, Pudji. *Validasi Instrumen dan Teknik Analisis Data.* Disampaikan pada Lokakarya Peningkatan Suasana Akademik Jurusan Ekonomi FIS-UNJ tanggal 28 Juli – 1 Agustus 2003.
- Musnandar, Aris. *Peran UKM dalam Pertumbuhan Ekonomi Bangsa* (www.uin.malang.ac.id/index.php). Diakses pada tanggal 10 April
- Munandar, Utami. *Mengembangkan Bakat dan Kreatifitas Anak.* Jakarta: PT.Gramedia, 1985.
- Rusyan, A. Tabrani. *Kemampuan Dasar Guru dalam Proses Belajar Mengajar.* Bandung: Remaja Rosda Karya, 1994.
- Porter, Michael E. *Strategi Bersaing.* Jakarta: Erlangga, 1994.
- Samuelson, Paul & Nordhaus W.D. *Ilmu Mikro Ekonomi.* Jakarta: Media Global Edukasi, 1999.

- Sondang dan P Siagian, *Manajemen Strategik..* Jakarta: Bina Aksara, 1990.
- Sijabat, Saudin “*Prediksi Dampak dari Pelaksanaan ACFTA terhadap Koperasi dan UMKM*”, *Infokop*, Vol.18, Juli 2010.
- Sudjana. *Metoda Statistika*. Bandung:Tarsito,2002.
- Sugiri, Slamet dan Bogat Agus Riyono. *Akuntansi Pengantar I, Edisi ke – 4, Cet ke-1*. Yogyakarta:AMP.YKPN,2001.
- Supriyono, R. A dan L. Suparwoto, *Akuntansi Keuangan Dasar*. Yogyakarta : Bagian Penerbitan STIE YKPM, 1982.
- Thomson &Strickland. *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases. Ed 14th*, New York : McGraw-Hill, 2004.
- Tika, M.Pabundu. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta :Bumi Aksara,2006.
- Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992.
- _____. *Strategi Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju,1989.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Dwi Ringga Edwid Dian Negara, lahir di Padang Panjang pada tanggal 16 Desember 1988. Anak kedua dari tiga bersaudara pasangan Bapak Jon Edwid dan Ibu Susila Hayati. Saat ini, bertempat tinggal di Jl. Walang Dalam No.32 RT.002/012 Kel. Tugu Utara, Kec. Koja, Jakarta Utara. Penulis mengenyam pendidikan SD pada tahun 1994-2000 di SD Negeri 39 Bukit Kili Barat, Solok, Sumatera Barat, lalu melanjutkan di SMP Unwanussaadah Jakarta Utara, pada tahun 2000-2003. Kemudian di SMA Negeri 72 Jakarta Utara, pada tahun 2003-2006. Pada tahun 2007 meneruskan pendidikan sarjana di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) di Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Konsentrasi Pendidikan Ekonomi dan Administrasi.

Pengalaman Kerja :

- ❖ Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Koperasi Pegawai Negeri RI Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi “Pelita” Jl. Gatot Subroto Jakarta Selatan, pada bagian unit usaha Toko terhitung 28 Juni 2010 sampai dengan 30 Juli 2010.
- ❖ Praktek Pengalaman Langsung (PPL) di SMA Negeri 62 Jakarta Timur pada bulan Agustus 2010 sampai dengan bulan Desember 2010.
- ❖ Mengajar di SMA Nusantara Jakarta Utara sebagai guru bidang Studi Ekonomi dan Akuntansi dari bulan Juli 2011 sampai dengan sekarang.