

- Gilbert, Alton R.B. 1984. Bank Market Structure and Competition: A Survey, *Journal of Maney, Credit and Banking*. November.
- Herry Purnomo.Rika Harini Irawati. Melati. 2010. *Menunggang Badai Untaian Kehidupan, Tradisi dan Kreasi Aktor Mebel Jepara*. CIFOR, Bogor, Indonesia.
- Indah, Susilowati; Mujahirin Tohir; Waridin; Tri Winarni; Agung Sudaryanto, 2005.Pengembangan Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir (Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi UMKMK) Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Di Kabupaten / Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Universitas Diponegoro. Riset Unggulan Kemasyarakatan dan Kemitraan (RUUK). Tahun II. Ristek. *Laporan Penelitian*.
- Ken, Heather. 2002. *The Economics of Industries and Firms*. Financial Times, Prentice Hall.
- Koutsoyiannis. A. 1994. *Modern Microeconomics*. 2<sup>nd</sup> Edition. MacMillan
- Mankiw N. D, 2000. *Teori Makro Ekonomi*. Edisi Keempat. Terjemahan Imam Nurmawan. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Michael P, Todaro. 2003. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Edisi Kedelapan, Terjemahan oleh Haris Munandar. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mudrajad, Kuncoro. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*, ANDI, Yogyakarta.
- Paul, A Samuelson. dan Illian D. Nordhaus, 1996. *Makro Ekonomi* (Terjemahan). Edisi keempat Belas . Erlangga , Jakarta.
- Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), 2010. Bapeda, Jepara.
- Rahmad Hidayat; Yudha Herlambang. 2009. Pengembangan Tata kelola Industri Kecil Menengah di Madura. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 11, No. 1, pp. 61-71.
- Sumodiningrat, G. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat JPS*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tarigan, R. 2004. *Ekonomi Regional, Teori dan Aplikasi*. PT.Bumi Aksara, Jakarta.
- Teuku Syarif. 2007. Pendekatan dan Strategi Pembangunan Ekonomi Yang Berorientasi Pada Perbaikan Iklim Usaha UMKM. *Makalah*, disampaikan dalam acara diskusi rutin pemberdayaan UMKM kalangan peneliti dan pejabat struktural dilingkungan Kementerian Negara UMKM, 16 Juni.
- Tulus, Tambunan. 2008. Ketahanan Pangan di Indonesia Inti Permasalahan dan Alternatif Solusinya. *Makalah*, untuk Kongres ISEI, Mataram.
- Todaro, Michael P, 2003. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Edisi Kedelapan, Terjemahan oleh Haris Munandar. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Varian,H.R.1992. *Microeconomic Analysis*. Third Edition. W.W. Norton & Company, New York.

# SIMPLE TECHNIQUES FOR DETERMINING THE OPTIMAL PORTOFOLIO

C.H. Asta Nugraha

FE Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang

e-mail : speak\_first@yahoo.com

## *Abstract*

*The calculation of optimal portfolio would be easy to do if security analysts and fund managers have a single standard that measure the desirability of including a stock in the optimal portfolio. If a Single Index Model is accepted as describing the co movement between securities, such standard exists. The desirability of any stock is directly related its excess return to beta ratio. Excess return is the defference between expected return on the stocks and the riskless rate of interest such as rate on a Treasury Bill. How many stocks are selected depends on a unique cut of rate such that all stocks with ratios of  $(R_i - R_F) / \beta_i$  will be included and all stocks with lower ratios excluded. We call this cut off ratio  $C^*$ . The rules for determining which stocks are included in the optimum portfolio are as follows : (1) Find the "excess return to beta" ratio for each stock under consideration and rank from the highest to lowest. (2) The optimum portfolio consists of investing in all stocks for which  $(R_i - R_F) / \beta_i$  is greater than a particular cut off point  $C^*$ .*

*Key words : Single Index Model, Excess Return, Beta, Cut of Rate ( $C^*$ )*

## **Pendahuluan**

Untuk menentukan *efficient set*, model Markowitz memerlukan penaksiran terhadap *expected return* dan covariance antar saham yang ada dalam populasi. Salah satu cara penaksiran dapat dilakukan secara sampling dari return masa lalu. Misalnya expected rate of return bulanan dapat ditaksir dari mean return data histories. Sedangkan covariance antar saham dapat ditaksir atas dasar covariance sampel dari return historis yang sama.

Dalam menghitung *portfolio variance*, model Markowitz menggunakan *covariances matrix* dari return saham yang ada dalam populasi. Bila populasi tersebut sangat besar, tentu saja covariance matrix juga menjadi sangat besar, sehingga jumlah perhitungan yang diperlukan dapat menjadi persoalan dalam prakteknya. Untuk memperoleh penaksir yang lebih baik bagi expected return dan covariances antar saham serta mengurangi kompleksitas perhitungan dapat digunakan *Factor Models*, yang salah satu diantaranya adalah *Single Index Model*.

Model ini dikembangkan untuk mengurangi jumlah input dan menyederhanakan sifat input yang diperlukan untuk menaksir korelasi antar saham. Model ini mengasumsikan bahwa return saham hanya dihubungkan dengan satu faktor yaitu pasar, yang biasanya diwakili oleh portfolio pasar. Pada saat pasar membaik (ditunjukkan oleh indeks pasar yang tersedia), harga saham-saham individual juga meningkat. Sebaliknya, pada saat pasar memburuk, maka harga saham-saham individual juga akan turun harganya. Model ini juga mengasumsikan bahwa seluruh covariance antar saham dalam covariance matrix dapat dihitung, atas dasar fakta bahwa masing-masing saham akan bereaksi, dengan derjad yang berbeda-beda, terhadap dorongan satu faktor, yaitu pasar.

Disamping itu, model tersebut ternyata memungkinkan dikembangkannya sebuah cara untuk menghitung komposisi portofolio optimal, sehingga penghitungannya menjadi sedemikian mudah. Lebih dari

itu, cara pemilihan portofolio seperti yang akan dijelaskan dalam tulisan ini, akan memperjelas mengapa suatu saham masuk dalam portofolio optimal, sedangkan saham yang lain tidak. Dengan demikian, cara sederhana pemilihan portofolio yang optimal seperti yang akan dibahas dalam tulisan ini mengasumsikan bahwa Single Index Model diterima sebagai model yang paling baik untuk menaksir covariance return saham.

### 1. Pembentukan Portofolio yang optimal

Penghitungan yang optimal akan sangat mudah dilakukan jika analisis sekuritas dan manajer portofolio mempunyai standard tunggal yang dapat dijadikan dasar guna menentukan saham yang diinginkan untuk dimasukkan dalam portofolio, atas dasar peringkat. Jika bentuk standard single index model yang menggambarkan pergerakan bersama (**co-movement**) antar saham diterima, maka standard tunggal tersebut dapat diperoleh. Dalam hal ini, saham yang diinginkan untuk dimasukkan dalam portofolio langsung dihubungkan dengan rasio antara *excess return* dengan *beta*.

*Excess Return* adalah perbedaan antara *expected return* saham dengan *riskless rate of interest*, misalnya deposito. Rasio antara excess return dengan beta mengukur *tambahan return* per unit dari *nondiversifiable risk*. Bentuk rasio ini mudah untuk diinterpretasikan dan diterima oleh analisis sekuritas dan manajer portofolio, karena mereka selalu berpikir dalam kaitan hubungan antara *risk* and *return*. Pembilang dalam ratio tersebut adalah return ekstra di atas aset bebas risiko yang diperoleh karena orang lebih memilih memegang saham dibanding aset bebas risiko. Sedangkan penyebut dalam ratio (indeks) tersebut adalah risiko yang tidak terdiversifikasi (*nondiversifiable*) yang berlaku apabila orang lebih memilih memegang sebuah sekuritas yang berisiko dibanding aset yang tidak berisiko.

Secara matematis indeks yang digunakan untuk memberi peringkat saham tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\frac{R_i - R_f}{\beta_i}$$

dimana :  $R_i$  = expected return pada saham i  
 $R_f$  = return pada aset bebas risiko  
 $\beta_i$  = perubahan yang diharapkan pada return saham i dikaitkan dengan perubahan sebesar 1% pada return pasar.

Jika saham diurutkan berdasar rasio tersebut dari peringkat yang tertinggi ke peringkat yang terendah, maka urutan tersebut mewakili urutan saham yang diinginkan untuk dimasukkan dalam portofolio. Dengan demikian, jika sebuah saham dengan rasio tertentu masuk dalam sebuah portofolio optimal, maka seluruh saham dengan rasio yang lebih tinggi juga akan masuk dalam portofolio optimal tersebut. Di sisi lain, apabila sebuah saham dengan rasio tertentu dikeluarkan dari sebuah portofolio optimal, maka seluruh saham dengan rasio yang lebih rendah juga harus dikeluarkan.

Apabila single index model dianggap mewakili susunan covariance antar saham, maka sebuah saham yang dimasukkan atau dikeluarkan dari sebuah portofolio optimal, hanya akan tergantung pada ukuran rasio antara excess return dengan beta. Berapa banyak saham yang akan dipilih tergantung pada *Out-Off Rate* tertentu, sedemikian rupa sehingga seluruh saham yang mempunyai rasio excess return dengan beta lebih tinggi

dari cut-off rate akan dipilih, sebaliknya, seluruh saham yang mempunyai rasio excess return dengan beta lebih kecil dari cut-off rate tidak dipilih. Untuk selanjutnya, cut-off rate tersebut diberi nama :  $C^*$

Adapun aturan untuk menentukan saham-saham yang layak untuk dimasukkan dalam portofolio yang optimal adalah sebagai berikut :

1. Hitunglah rasio excess return dengan beta untuk masing-masing saham dari seluruh saham yang direncanakan untuk dibentuk menjadi portofolio, kemudian urutkan dari yang tertinggi sampai yang terendah.
2. Portofolio optimum terdiri dari seluruh investasi saham yang rasio excess return dengan beta lebih besar dari  $C^*$

Apabila  $C^*$  telah ditentukan, saham-saham yang seharusnya dimasukkan dalam portofolio dapat dipilih dengan cara pemeriksaan. Selanjutnya, besarnya investasi untuk masing-masing saham dapat pula dengan mudah ditentukan.

## 2. Penyusunan Peringkat Saham

Dalam tabel 2.1 diberikan contoh yang diharapkan akan semakin memperjelas pembahasan. Tabel 2.1 berisi data yang diperlukan untuk menerapkan cara pemeringkatan sederhana guna menentukan portofolio yang optimal. Data tersebut merupakan hasil dari Single Index Model atau model Beta ditambah rasio excess return dengan beta. Ada 10 saham dalam tabel tersebut dan untuk memudahkan pembaca, saham tersebut telah disusun sesuai urutan besarnya rasio excess return dengan beta sehingga penghitungan menjadi mudah diikuti. Penerapan aturan ke 2 memerlukan perbandingan antara risiko / beta dengan  $C^*$ . Untuk sementara, diterima saja bahwa  $C^* = 5,45$ .

**Tabel 2.1. Data yang diperlukan untuk menentukan Portofolio Optimal ( $R_f = 5\%$ )**

Saham i	Mean Return $R_i$	Excess Return $R_i - R_f$	Beta $\beta_i$	Unsystematic Risk $\delta^2 e_i$	Excess Return Over Beta $R_i - R_f / \beta_i$
1	15	10	1	50	10
2	17	12	1,5	40	8
3	12	7	1	20	7
4	17	12	2	10	6
5	11	6	1	40	6
6	11	6	1,5	30	4
7	11	6	2	40	3
8	7	2	0,8	16	2,5
9	7	2	1	20	2
10	5,6	0,6	0,6	6	1

Dengan melihat tabel 2.1. nampak bahwa untuk saham 1 sampai 5 rasio excess return dengan beta lebih besar disbanding  $C^*$ , sementara untuk 6 sampai 10 rasio return dengan beta lebih kecil disbanding  $C^*$ . Dengan demikian, portofolio yang optimal akan terdiri dari saham 1 sampai 5.

## 3. Menentukan Cut-Off Rate ( $C^*$ )

Seluruh saham yang mempunyai rasio excess return dengan beta di atas cut-off rate ( $C^*$ ) dipilih untuk dimasukkan dalam portofolio, sedang seluruh saham yang mempunyai rasio excess return dengan beta di bawah cut-off rate tidak dimasukkan dalam portofolio. Nilai  $C^*$  dihitung dari karakteristik *seluruh* saham yang

masuk dalam portofolio. Untuk menentukan nilai C\*, perlu terlebih dahulu dihitung nilai C untuk setiap saham (cara penghitungan akan dijelaskan pada bagian berikut). Untuk lebih memudahkan penjelasan, lihat tabel 3.1. berikut ini :

**Tabel 3.1. Penghitungan untuk menentukan Cut-Off Rate ( $\delta^2m = 10$ )**

1	2	3	4	5	6	7
Saham	$\frac{R_i - R_f}{\beta_i}$	$\frac{(R_i - R_f) \beta_i}{\delta^2 e_i}$	$\frac{\beta_i}{\delta^2 e_i}$	$\sum_{j=i}^i \frac{(R_j - R_f) \beta_j}{\delta^2 e_i}$	$\sum_{j=i}^i \frac{\beta_j}{\delta^2 e_i}$	Ci
1	10	2/10	2/100	2/10	2/100	1.67
2	8	4.5/10	5.625/100	6.5/10	7.625/100	3.69
3	7	3.5/10	5/100	10/10	12.625/100	4.42
4	6	24/10	40/100	34/10	52.625/100	5.43
5	6	1.5/10	2.5/100	35.5/10	55.125/100	5.45
6	4	3/10	7.5/100	38.5/10	62.625/100	5.30
7	3	3/10	10/100	41.5/10	72.625/100	5.02
8	2.5	1/10	4/100	42.5/10	76.625/100	4.91
9	2	1/10	5/100	43.5/10	81.625/100	4.75
10	1	0.6/10	6/100	44.1/10	87.625/100	4.52

Nilai optimum Ci, yaitu C\*, ditemukan pada saat seluruh saham yang digunakan untuk menghitung Ci mempunyai rasio excess return dengan beta di bawah Ci. Dengan melihat tabel 3.1. nampak bahwa hanya **C5**, yang mempunyai nilai **Ci = 5.45**, yang mampu memnuhi kriteria tersebut, artinya pada titik tersebut *seluruh* saham yang digunakan untuk menghitung Ci mempunyai rasio excess return dengan beta di atas Ci dan sisanya (saham-saham yang ada di bawahnya) mempunyai rasio excess return dengan beta di bawah Ci. Dengan demikian **C5** merupakan **cut-off rate optimal (C\*)** dan hanya C5 yang bila digunakan sebagai cut-off rate akan mampu memilih saham yang masuk dalam portofolio optimal.

#### 4. Penghitungan Cut-Off Rate ( C )

Perlu diingat kembali, bahwa saham disusun berurutan dari yang mempunyai rasio excess return dengan beta tertinggi ke yang terendah. Untuk portofolio dengan sejumlah i saham, maka nilai Ci dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$C_i = \frac{\sum_{j=1}^i \frac{(R_j - R_f) \beta_j}{\delta^2 e_j}}{1 + \delta^2 m \sum_{j=1}^i \frac{\beta_j^2}{\delta^2 e_j}} \quad (4.1)$$

dimana :  $\delta^2 m$  = variance indeks pasar  
 $\delta^2 e_j$  = variance perubahan saham yang tidak berhubungan dengan perubahan indeks pasar, biasa disebut unsystematic risk saham.

Perubahan tersebut nampak rumit, namun apabila dicermati sejenak dan dihubungkan dengan contoh berikut, akan segera terbukti bahwa persamaan tersebut tidak sesulit seperti yang dibayangkan. Persamaan 4.1. merupakan persamaan yang seharusnya digunakan untuk menghitung nilai  $C_i$ . Bentuk tersebut dapat dinyatakan dengan cara yang sama secara sistematis, sehingga memperjelas makna  $C_i$ , menjadi :

$$C_i = \frac{\beta_i (R_p - R_f)}{\beta_i} \quad (4.2)$$

dimana :  $\beta_i$  = perubahan yang diharapkan pada rate of return saham  $i$   
dihubungkan dengan 1% perubahan pada rate of return portofolio optimal

$R_p$  = rate of return yang diharapkan pada portofolio optimal

$\beta_i$  dan  $R_p$ , tentu saja tidak diketahui sampai portofolio optimal dapat ditentukan. Oleh karena itu, persamaan (4.2.) tidak dapat digunakan untuk menentukan portofolio optimal, sehingga harus digunakan persamaan (4.1.). Meskipun demikian, persamaan tersebut sangat bermanfaat dalam rangka penafsiran signifikansi ekonomis dari prosedur yang sedang dibahas. Mengacu pada persamaan tersebut, saham harus terus ditambah sepanjang :

$$\frac{R_i - R_f}{\beta_i} > C_i$$

Apabila persamaan (4.2.) disusun kembali dan disubstitusikan dalam persamaan di atas, menghasilkan :

$$(R_i - R_f) > \beta_i (R_p - R_f)$$

Sisi kanan persamaan merupakan excess return yang diharapkan pada sebuah saham yang didasarkan pada kinerja portofolio optimum yang diharapkan. Sisi kiri persamaan adalah estimasi terhadap excess return yang diharapkan pada saham individual. Oleh karena itu, jika analisis terhadap sebuah saham tertentu memberi petunjuk pada manajer portofolio untuk percaya bahwa saham tersebut akan mempunyai kinerja yang lebih baik daripada yang diharapkan, maka didasarkan pada hubungannya dengan portofolio optimal, saham tersebut harus ditambahkan pada portofolio.

Berikut akan dibahas bagaimana persamaan (4.1.) dapat digunakan untuk menentukan nilai  $C_i$  dengan menggunakan contoh pada tabel 3.1. Meskipun persamaan tersebut nampak kompleks, namun dengan menggunakan tabel 3.1. akan ditunjukkan betapa mudahnya nilai  $C_i$  tersebut dihitung. Tabel tersebut memberikan *penghitungan antara* yang diperlukan untuk menentukan persamaan (4.1.)

Dimulai dari saham yang pertama ( $i=1$ ), pembilang pada persamaan (4.1.) adalah

$$\delta^2_m = \sum_{j=1}^i \frac{(R_j - R_f) \beta_j}{\delta^2_{e_j}}$$

Kolom 3 pada tabel 3.1. memberikan nilai dari

$$\frac{(R_j - R_f) \beta_j}{\delta^2_{e_j}}$$

Untuk masing-masing saham. Nilai ini diperlukan untuk menentukan penjumlahan. Misalnya untuk saham yang pertama, dengan menggunakan nilai yang ditunjukkan pada tabel 3.1 diperoleh

$$\frac{(15 - 5) 1}{50} = \frac{2}{10}$$

Kolom 5 memberikan nilai penjumlahan atau hasil total kumulatif dari kolom 3. untuk saham pertama (i=1), maka

$$\sum_{j=1}^1 \frac{(R_j - R_f) \beta_j}{\delta^2_{e_j}} = \frac{(R_1 - R_f) \beta_1}{\delta^2_{e_1}}$$

Dengan demikian, kolom 5 pada tabel 3.1. hasilnya sama seperti kolom 3 untuk saham yang pertama

Faktor terakhir pada penyebut dari persamaan (4.1.) adalah

$$\sum_{j=1}^i \beta_j^2 \delta^2_{e_j}$$

Karena i=1 untuk saham yang pertama, maka

$$\frac{\beta_1^2}{\delta_1^2} = \frac{2}{100}$$

Hasil ini ditunjukkan dalam kolom 4 dan hasil kumulatifnya pada kolom 6. Berdasarkan hasil-hasil antara tersebut, maka secara bersama hasil-hasil tersebut bisa digunakan untuk menghitung nilai Ci (C<sub>i</sub>) dengan rumus :

$$C_i = \frac{\sum_{j=1}^J \frac{1}{\delta^2 m} (R_j - R_f) \beta_j}{1 + \delta^2 m \sum_{j=1}^J \beta_j^2} \quad (\text{ingat, } \delta^2 m = 10)$$

$$C_1 = \frac{\delta^2 m \text{ (kolom 5)} \quad 10 (2/10)}{1 + \delta^2 m \text{ (kolom 6)} \quad 1+10(2/100)} = \frac{10 (2/10)}{1+10(2/100)} = 1.67$$

Untuk perhitungan saham yang kedua (i=2), maka hasil untuk kolom 3 ditemukan

$$\frac{(17 - 5) 1.5}{40} = \frac{4.5}{10}$$

Hasil pada kolom 5 merupakan hasil penjumlahan kolom 3 untuk saham 1 dan 2, ditemukan

$$\frac{2}{10} + \frac{4.5}{10} = \frac{6.5}{10}$$

Kolom 4 ditemukan

$$\frac{(1.5)^2}{40} = \frac{5.625}{100}$$

Hasil pada kolom 6 merupakan hasil penjumlahan kolom 4 untuk saham 1 dan 2, ditemukan

$$\frac{2}{100} + \frac{5.625}{100} = \frac{7.625}{100}$$

Berdasarkan hasil-hasil antara tersebut, maka secara bersama hasil-hasil tersebut dapat digunakan untuk menghitung nilai  $C_i$  ( $C_2$ ), ditemukan

$$C_2 = \frac{\delta^2 m \text{ (kolom 5)} \quad 10 (6.5/10)}{1 + \delta^2 m \text{ (kolom 6)} \quad 1+10(7.625/100)} = \frac{10 (6.5/10)}{1+10(7.625/100)} = 3.68$$

Dengan menggunakan cara di atas, maka semua nilai  $C_i$  akan dapat dengan mudah dihitung.

#### 5. Menyusun Portofolio Optimal

Apabila portofolio optimal telah dapat ditentukan, langkah berikutnya adalah menunjukkan bagaimana menghitung proporsi dana yang harus diinvestasikan pada setiap saham dengan rumus :

$$X_i = \frac{Z_i}{\sum Z_j}$$

Included

$$\beta_i \quad R_i - R_f$$

$$\text{Dimana : } Z_i = \frac{\beta_i (R_i - R_f - C^*)}{\delta^2 e_i}$$

Dari persamaan tersebut dapat dilihat, bahwa residual variance pada setiap saham ( $\delta^2 e_i$ ), memainkan peranan penting dalam penentuan besarnya pada masing-masing saham. Penerapan formula tersebut untuk contoh data di atas adalah sebagai berikut :

$$Z_1 = \frac{2}{100} (10 - 5.45) = 0.091$$

$$Z_2 = \frac{3.75}{100} (8 - 5.45) = 0.095625$$

$$Z_3 = \frac{5}{100} (7 - 5.45) = 0.0775$$

$$Z_4 = \frac{20}{100} (6 - 5.45) = 0.110$$

$$Z_5 = \frac{2.5}{100} (6 - 5.45) = 0.01375$$

$$\sum_{i=1}^5 Z_i = 0.387875$$

Apabila masing-masing  $Z_i$  dibagi dengan jumlah  $Z_i$ , maka akan diperoleh proporsi dana yang harus diinvestasikan pada masing-masing saham, yaitu **23.5%** pada saham 1, **24.6%** pada saham 2, **28.4%** pada saham 4 dan 3.5 pada saham 5.

## 6. Penutup

Dari pembahasan di atas dapat dilihat, bahwa sifat yang diinginkan maupun daya tarik saham dapat ditentukan sebelum penghitungan portofolio optimal dilakukan. Sifat-sifat tersebut semata-mata hanya ditentukan dari risiko excess return dengan betanya. Dengan demikian, seorang analis sekuritas yang mempunyai sejumlah saham dapat menentukan masing-masing saham yang relative diinginkan sebelum informasi dari seluruh analis dikombinasikan dan proses pemilihan portofolio dimulai.

Dalam *penghitung antara*, sebenarnya tidak perlu seluruh penghitungan dilakukan. Penghitungan dimulai dengan membuat peringkat saham berdasar ratio excess return dengan beta. Kemudian dilanjutkan dengan menghitung nilai  $C_i$  secara urut, dimulai dari saham dengan peringkat tertinggi sampai ditemukan nilai  $C^*$ . Setelah nilai  $C^*$  ditemukan, tidak perlu lagi penghitungan nilai  $C_i$  untuk saham-saham yang ada di bawahnya.

## Daftar Pustaka

- Elton, Edwin J., Gruber Martin J., Brown Stephen J., Goetzmann N William (2003), *Modern Portfolio Theory and Investment Analysis*, Sixth Edition, John Wiley and Sons, New York
- Haugen, A. (1997), *Modern Investment Theory, Fourth Edition*, Prentice Hall, International Inc., New York
- Jones, Charles P. (2007), *Investment : Analysis and Management*, Tenth Edition, John Wiley and sons, Asia
- Watson, et-al (1993) *Statistics for Management and Economics*, Fifth Edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGHAMBAT EKSPOR (Studi Empiris pada Perusahaan Eksporthir Furniture di Kab. Jepara)

**Purwo Adi Wibowo, SE, MSc**

STIE Nahdlatul Ulama Jepara

Jl. Taman Siswa (Pekeng) Tahunan Jepara

Email: purwo\_stienu@yahoo.co.id

## **Abstract**

*In general, the study aims to examine the issue of small and medium enterprises (SMEs) in the export marketing activities. In particular, to explain the inhibiting factors of SMEs to start or improve export marketing. Based on the identification, found 20 factors inhibiting exports. Population is an furniture exporter in the Jepara district that incorporated in ASMINDO (Indonesian Furniture Industry and handicraft Association). Sampling technique with the purposive sampling. Type of data used is the primary and secondary. Required data were collected by questionnaires, interviews and documentation. Analysis methods with descriptive statistics. The results showed that the factors inhibiting exports, in order of strongest to weak, are: 1) difficulty in obtaining accurate information about overseas markets, 2) lack of capital, to finance exports to foreign markets, 3) the existence of risk in outside sales country, 4) lack of adequate manpower to manage the export activity, 5) difficulty in attracting payments from overseas customers, 6) there is no export assistance program (assistance) from the government, 7) business practices abroad are difficult to understand, 8) competition in foreign markets tight.*

**Keywords:** *small and medium enterprises, export inhibitor, furniture exporters*

## **1. Pendahuluan**

Kekuatan ekonomi berkorelasi yang positif dengan kontribusi UKM. Pembangunan dan pertumbuhan UKM merupakan salah satu motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi. Tingginya kinerja ekonomi dengan laju pertumbuhan yang progresif pada negara industri baru (*Newly Industrializing Countries*), seperti Korea Selatan dan Taiwan, ditopang oleh kinerja UKM yang sangat efisien, produktif dan memiliki tingkat daya saing yang tinggi. Contoh lain, Jepang merupakan salah satu negara industri kuat di dunia, namun demikian UKM disana menyumbang 52% terhadap total output negara tersebut. Sedangkan dari total ekspor produk-produk manufaktur, 50% diantaranya dihasilkan oleh industri manufaktur level UKM (Zulkieflimansyah et al, 2003)

Di Indonesia, jumlah UKM pada tahun 2000 sebanyak 39,54 juta unit usaha yang menyebar di semua sektor ekonomi. Pentingnya posisi sektor usaha kecil tidak hanya untuk memperkokoh industri nasional, tetapi juga berkaitan dengan kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia. Tidak kurang dari 90% tenaga kerja Indonesia bekerja pada sektor ini. Dengan demikian, pengembangan UKM sama artinya dengan peningkatan kehidupan tenaga kerja di Indonesia (Karjantoro, 2002).

Fakta menunjukkan bahwa pasar luar negeri menawarkan kesempatan yang lebih baik bagi perusahaan untuk memperoleh pertumbuhan dalam jangka panjang dan profitabilitas. Studi yang dilakukan departemen perdagangan dan hubungan luar negeri Universitas Illinois pada 500 UKM yang memiliki penjualan total kurang dari 50 juta dolar, menyimpulkan bahwa program pendampingan pemasaran ekspor yang efektif, akan mampu meningkatkan tambahan output ekspor (barang dan jasa) senilai 600 juta. Lebih lanjut disimpulkan bahwa kegiatan ekspor akan menciptakan tambahan kesempatan kerja lebih dari 20.000 pekerjaan (Kathawala et al, 1989).

Mengembangkan pasar ekspor bagi perusahaan dapat menjadi peluang sekaligus tantangan. Ekspor seringkali penting bagi kesehatan keuangan dan memberikan prospek terhadap pertumbuhan perusahaan. Tantangan yang muncul adalah akibat persaingan yang semakin sengit. Sehingga Perusahaan harus benar-benar mempertimbangkan secara cermat kebijakan dan strategi yang diambil apabila memperluas aktivitas ekspornya (Mahajar & Hashim, 2002).

Ekspor seringkali disebut *engine of development*. Manfaatnya dapat dirasakan secara langsung (*direct effect*) maupun tidak langsung (*indirect effect*). Manfaat langsung lebih penting, karena berperan penting dalam mendinamisir kegiatan ekonomi secara keseluruhan. Menurut Suhadi (2001) manfaat langsung yang diperoleh dari kegiatan ekspor adalah 1) peningkatan pendapatan, baik bagi produsen maupun eksportir, 2) membuka kesempatan kerja dalam produksi produk ekspor maupun dalam sektor pendukung perdagangan internasionalnya. Sedangkan manfaat tidak langsung: 1) meningkatkan devisa. Berkembangnya ekspor akan meningkatkan cadangan devisa yang bisa digunakan untuk meng-akselerasi pertumbuhan ekonomi. 2) memperkecil keperluan untuk mendapatkan bantuan luar negeri. Satu cara untuk mengurangi kebutuhan kredit luar negeri tanpa mengurangi laju pertumbuhan ekonomi adalah dengan meningkatkan kemampuan mengekspor. 3) pengaruh terhadap transfer modal. Makin maju perdagangan suatu negara makin mudah untuk mendapatkan modal di pasar internasional. 4) merupakan suatu cara transfer teknologi, transfer *know how* juga *business attitude*.

Proses yang ditunjukkan perusahaan dalam memperlihatkan perilaku ekspor disusun melalui berbagai tahapan. Bradley (Gripsrud, 1990) mengemukakan tiga jenis perusahaan berdasarkan kegiatan ekspor. Perusahaan tahap pertama disebut eksportir potensial, yaitu UKM yang belum mengekspor apa pun baik produk maupun jasanya. Tahap kedua, eksportir pasif, perusahaan yang telah mengekspor hanya karena permintaan dari importir di luar negeri tanpa melakukan inisiatif sendiri. Tahap tiga, eksportir aktif, perusahaan yang senantiasa memperlihatkan usaha untuk meningkatkan aktivitas ekspornya. Keberhasilan pemasaran suatu produk di pasar global, hanya dapat dimungkinkan bila perusahaan pemasar produk tersebut dapat mengatasi hambatan atau beradaptasi dengan kondisi yang dihadapi, terutama faktor-faktor yang sangat menghambat keberhasilan ekspor.

Di Indonesia, penelitian yang menganalisis permasalahan ekspor yang dihadapi UKM sangat sedikit. Penelitian ini dilakukan untuk mengupas persoalan ini. Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dikemukakan maka penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang menghambat ekspor pada UKM yang ada di Jepara. Lokasi penelitian dilakukan di Jepara karena Kabupaten tersebut memiliki potensi ekspor yang sangat besar. Tidak kurang dari 10 sentra industri dan industri-industri lain yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Jepara. Berdasarkan data dari Depkop dan PKM, pada tahun 2004 terdapat 14.513 UKM. Sehingga bisa dikatakan perannya sangat besar dalam menopang perekonomian Jepara. Kontribusi besar UKM terhadap perekonomian di Jepara memperlihatkan, betapa pentingnya untuk mendorong lebih banyak lagi UKM untuk membuka pasar ekspor dan meningkatkan perannya dalam kegiatan ekspor.

Survei awal mengenai aktivitas ekspor mebel di Jepara di sajikan pada tabel 1. Berdasarkan data pada tabel 1 menunjukkan bahwa Nilai Ekspor Produk Furniture terbesar ada pada tahun 1999 yang mencapai 201,42 juta USD dan tahun 2000 mencapai 200,51 USD dan diikuti oleh pertumbuhan yang cenderung menurun hingga 62,73 % dari tahun 2000 ke 2001. Jika dilihat trend yang mengalami penurunan semenjak tahun 2002 patut menjadi perhatian karena industri furniture merupakan salah satu penopang PDRB Kab. Jepara. Pada tahun 2002 kontribusi usaha furniture terhadap PDRB sebesar 30,07%. Secara umum ditemukan kondisi

pertumbuhan ekspor dan eksportir produk furniture yang cenderung mengalami penurunan. Jika industri furniture di Jepara mengalami penurunan maka *multiplier effectnya* sangat luas.

Tabel 1 Data Pertumbuhan Ekspor dan Eksportir Furniture Kabupaten Jepara Dari Tahun 1999-2006

Tahun	Nilai Ekspor (Juta USD)	Pertumbuhan (%)	Jumlah Eksportir	Pertumbuhan (%)
1999	201,42	0	221	0
2000	200,51	(0,45)	358	61,99
2001	74,74	(62,73)	436	21,79
2002	76,11	1,83	451	3,44
2003	111,73	46,80	410	(9,09)
2004	138,4	23,87	408	(0,49)
2005	123,65	(10,66)	286	(29,9)
2006	115,94	(6,24)	265	(7,34)

Sumber : Asmindo Komda Jepara 2009

Berdasarkan pemikiran bahwa penurunan industri furniture di Kab. Jepara akan berdampak besar terhadap perekonomian secara umum maka diperlukan langkah-langkah nyata agar trend penurunan ekspor tidak terus berlanjut. Langkah awal yang dapat dilakukan untuk memperbaiki trend penurunan ekspor adalah mencari akar permasalahannya. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan mencari faktor penyebab terjadinya penurunan ekspor dilihat dari perspektif pengusaha eksportir. Dengan demikian pertanyaan penelitian adalah “Faktor-faktor apa saja yang menghambat UKM di Jepara untuk memulai atau meningkatkan aktivitas pemasaran ekspor?”

Secara umum, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah mengkaji persoalan UKM kaitannya dengan pemasaran ekspor dan menawarkan solusinya. Sedangkan tujuan khususnya adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menghambat UKM untuk memulai atau meningkatkan pemasaran ekspor.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Usaha Kecil Menengah

Batasan mengenai usaha kecil, menengah dan besar masih beragam. Kriterianya masih berbeda-beda, tergantung pada fokus permasalahan yang dituju dan keterkaitan instansi. Beberapa definisi yang menggunakan ukuran finansial diantaranya, Departemen Perindustrian mengategorikan usaha kecil apabila usaha yang nilai asetnya (tidak termasuk rumah dan tanah) dibawah Rp. 600 juta. Kamar Dagang dan Industri (KADIN) mengemukakan bahwa sektor usaha yang tergolong kecil apabila memiliki modal aktif dibawah Rp. 150 juta dengan *turnover* dibawah Rp. 600 juta per tahun, kecuali untuk sektor konstruksi dengan batasan memiliki modal aktif dibawah Rp. 250 juta dengan *turnover* dibawah 1 milyar per tahun. Bank Indonesia menentukan kriteria usaha kecil, yaitu usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan) dibawah Rp. 600 juta.

Sementara menurut UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil dan diperbarui berdasarkan UU No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, definisi usaha kecil dan menengah adalah:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak lima puluh juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak tiga ratus juta rupiah.
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari lima puluh juta rupiah sampai dengan paling banyak lima ratus juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari tiga ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak dua milyar lima ratus juta rupiah.
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari lima ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak sepuluh milyar rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari dua milyar lima ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak lima puluh milyar rupiah.

Biro Pusat Statistik (BPS) mengelompokkan jenis usaha berdasarkan ukuran jumlah tenaga kerja menjadi empat kategori, yaitu:

- 1) Usaha kerajinan rumah tangga: usaha yang memiliki tenaga kerja kurang dari lima orang.
- 2) Usaha kecil: usaha yang memiliki tenaga kerja sejumlah lima orang sampai dengan 19 orang.
- 3) Usaha menengah: usaha yang memiliki tenaga kerja sejumlah 20 orang sampai dengan 99 orang.
- 4) Usaha besar: usaha yang memiliki tenaga kerja lebih sejumlah 100 orang atau lebih.

## 2.2 Ekspor

Secara umum ada empat macam strategi memasuki pasar internasional, yaitu ekspor, lisensi, usaha patungan dan investasi langsung. Sedangkan dari keempat cara tersebut cara paling sederhana adalah melakukan ekspor (Keegan, 1995; Kotler dan Armstrong, 1996; Czinkota, 1994). Ekspor dianggap sebagai strategi masuk ke pasar internasional yang paling lazim. UKM tertarik mengekspor dibandingkan strategi lain masuk ke pasar internasional karena rendahnya risiko bisnis, rendahnya investasi sumber daya, dan tingginya fleksibilitas perubahan kebijakan. Ekspor juga menyediakan perusahaan suatu keunggulan kompetitif melalui perbaikan posisi keuangan, meningkatkan pemanfaatan kapasitas dan mengembangkan teknologi standar.

Aktivitas ekspor merupakan kegiatan produksi barang di satu negara dan menjual hasilnya ke negara lain. Ada dua bentuk aktivitas ekspor, yaitu *occasional exporting* seringkali disebut *passive exporting* (perusahaan mengekspor karena adanya permintaan dari luar negeri) dan *active exporting* (komitmen perusahaan untuk mengembangkan ekspor ke pasar tertentu). Aktivitas ekspor UKM dan perusahaan besar berbeda dalam beberapa aspek. Dibandingkan dengan perusahaan besar, perusahaan kecil mengekspor sejumlah kecil output yang dihasilkan. Mereka cenderung tergantung dari permintaan mitra dagangnya di luar negeri dibandingkan berusaha mencari pasar dan pelanggan baru.

Perusahaan dapat mengekspor barang-barangnya dalam dua cara (Keegan, 1995; Kotler dan Armstrong, 1996), yaitu:

1. Ekspor tidak langsung: Yaitu memanfaatkan jasa perantara independen untuk menangani aktivitas ekspornya. Dilakukan oleh perusahaan yang baru mulai mengekspor karena modal yang diperlukan kecil, resiko yang ditanggung juga lebih kecil, dapat menghemat waktu dan tenaga perusahaan pengekspor, sehingga wewenang dalam memilih pasar dan menentukan strategi pemasaran yang terbatas. Jenis perantara meliputi:
  - a. *Domestic-based export merchant*: Perantara ini membeli produk-produk perusahaan dan menjualnya di luar negeri atas biaya dan untuk keuntungan sendiri
  - b. *Domestic-based export agent*: hanya mencarikan dan negosiasi transaksi dengan pembeli asing atas imbalan komisi. *Trading company* termasuk dalam kelompok perantara ini.
  - c. *Cooperative organization*: melakukan kegiatan ekspor dengan mengatasnamakan beberapa produsen

- d. *Export management company*: bersedia mengelola aktivitas ekspor dengan imbalan pembayaran tertentu.
2. Ekspor langsung: Perusahaan melakukan sendiri semua tugas ekspor yang meliputi kontrak pasar, penelitian pasar, distribusi fisik, dokumentasi ekspor, penetapan harga, dan sebagainya. Memiliki modal yang besar, biaya pemasaran yang bertambah besar karena segala bidang ditanggung sendiri, resiko yang ditanggung agak lebih besar, tetapi keuntungan potensialnya lebih besar juga. Cara yang dilakukan adalah :
  - a. *Domestic-based export department*: cabang tersendiri yang menangani ekspor dan berfungsi sebagai pusat laba
  - b. *Overseas sales branch*: mendirikan cabang di luar negeri yang bisa dikendalikan dapat berfungsi sebagai pusat pameran, dan pusat layanan pelanggan.
  - c. *Traveling export sales representative*: pengiriman wiraniaga untuk mengidentifikasi peluang di luar negeri.
  - d. *Foreign based distributor*: menggunakan jasa distributor untuk menjual produk yang mengatasnamakan perusahaan.

### 2.3 Hambatan Ekspor

Ekspor menjadi pilihan menarik bagi UKM, namun demikian, beberapa penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa perusahaan ekspor dihadapkan pada berbagai hambatan. Studi yang paling awal oleh Alexandrides (Mahajar dan Hashim, 2002) menemukan bahwa usaha kecil menghadapi kesulitan dalam memulai ekspornya. Studinya menyimpulkan bahwa tingginya intensitas persaingan di pasar luar negeri, kurangnya pengetahuan dalam strategi ekspor, lemahnya pemahaman prosedur pembayaran ekspor dan kesulitan mengidentifikasi kesempatan di pasar luar negeri dianggap sebagai alasan utama kenapa perusahaan gagal memprakarsai kegiatan ekspor.

Tidak jauh beda, Bilkey (Mahajar dan Hashim, 2002) menemukan beberapa hambatan paling berat bagi UKM mencapai kesuksesan di bisnis ekspor. Yaitu: tingginya risiko, lemahnya pendanaan, hambatan pemerintah negara tujuan, lemahnya saluran distribusi, lemahnya pengetahuan mengenai kesempatan pasar di luar negeri, kesulitan memahami praktek bisnis mitra di luar negeri, kesulitan dalam menyesuaikan standar dan spesifikasi produk yang diminta, kesulitan menarik pembayaran dari pelanggan luar negeri, kurang fleksibel menyesuaikan strategi dengan kebutuhan pasar, kurangnya akses pasar di luar negeri.

Kau dan Tan (Mahajar and Hashim, 2002) juga memperlihatkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara perusahaan kecil dan besar yang melakukan ekspor. Dibandingkan perusahaan besar UKM lebih mengalami kesulitan dalam mengatasi permasalahan ekspor. Misalnya, menentukan agen di luar negeri, memperoleh informasi mengenai pasar luar negeri, menentukan jaringan distribusi, mempromosikan produk dan memperkerjakan karyawan ekspor yang kompeten.

Berdasarkan survey di perusahaan-perusahaan di industri kertas Amerika, Bauerschmidt et al (1985) menemukan berbagai alasan kenapa perusahaan gagal memulai ekspornya. Diantaranya: tingginya nilai relatif mata uang dolar terhadap nilai mata uang negara lain, tingginya biaya transportasi, tingginya risiko yang dialami pada pemasaran luar negeri, tingginya tarif impor di negara tujuan, lemahnya modal untuk pembiayaan ekspansi, kurangnya bantuan dan perhatian pemerintah, ketatnya persaingan dengan perusahaan lokal, lemahnya saluran distribusi di luar negeri dan perbedaan bahasa dan budaya.

Gripsrud (1990) yang melakukan penelitian pada eksportir ikan di Norwegia, lebih lanjut mengemukakan bahwa hambatan dan kesempatan ekspor bervariasi dari satu produk dengan produk yang lain meskipun ada dalam industri yang sama. Hal ini karena perbedaan permintaan dan tarif. Gripsrud juga menemukan bahwa perbedaan selera diantara negara yang berbeda memberikan hambatan bagi ekportir untuk memasuki pasar baru. Tseng & Yu (1991) juga menyatakan bahwa perusahaan di Taiwan mengalami berbagai permasalahan ketika melakukan ekspor. Diantaranya: kurangnya informasi pasar luar negeri, Keterbatasan pengetahuan mengenai perdagangan, ketidaksesuaian harga/kualitas dengan kebutuhan pasar, rendahnya prospek keuntungan, adanya hambatan keuangan, tingkat persaingan yang ketat, tingginya risiko yang dihadapi dan hambatan peraturan.

Penelitian komprehensif yang dilakukan Mahajar dan Hashim (2002) terhadap 30 faktor penghambat ekspor pada 214 UKM di Malaysia, memperlihatkan bahwa terdapat 12 faktor utama yang menghambat ekspor, yaitu:

1. Kurangnya pendanaan untuk membiayai ekspansi ke pasar luar negeri
2. Perbedaan dalam pemakaian produk di pasar luar negeri
3. Kurangnya saluran distribusi
4. Perbedaan dalam spesifikasi produk di pasar internasional
5. Kesulitan menarik pembayaran dari pelanggan di luar negeri
6. Kesulitan memahami praktik bisnis di luar negeri
7. Tingginya risiko yang harus dihadapi
8. Kesulitan menyediakan pelayanan purna jual
9. Mahalnya investasi
10. Keraguan manajerial terhadap ekspor
11. Sulit untuk menetapkan harga dalam mata uang luar negeri
12. Kurangnya kapasitas memenuhi kebutuhan untuk pasar luar negeri

### **3. Metode Penelitian**

#### **3.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini bersifat independensi (tidak terjadi ketergantungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain). Identifikasi faktor-faktor penghambat ekspor diperoleh dari literatur penelitian terdahulu. Setelah melalui proses review dan pengujian instrumen penelitian maka jumlah item pertanyaan yang semula sebanyak 30 item dikurangi menjadi 20 item. Item-item tersebut adalah:

1. Kurangnya saluran distribusi (perantara)
2. Kesulitan dalam menyeleksi atau mencari pasar di luar negeri
3. Perlunya penyesuaian produk untuk memenuhi keinginan pelanggan luar negeri
4. Perbedaan bahasa dan budaya
5. Sikap manajemen yang kurang peduli terhadap pengembangan ekspor
6. Praktek bisnis di luar negeri sulit dipahami
7. Prosedur dan peraturan impor di negara mitra bisnis yang membingungkan
8. Tidak terdapat program bantuan ekspor (pendampingan) dari pemerintah
9. Kesulitan dalam menarik pembayaran dari pelanggan di luar negeri
10. Adanya Risiko dalam penjualan di luar negeri

11. Kewajiban menyediakan layanan purna jual
12. Nilai mata uang asing yang berfluktuasi
13. Kurangnya modal, membiayai ekspor ke pasar luar negeri
14. Permasalahan menetapkan harga dalam mata uang asing
15. Tingginya biaya transportasi untuk mengirimkan produk ke luar negeri
16. Tingginya pungutan-pungutan dalam pengurusan dokumen ekspor
17. Persaingan di pasar luar negeri ketat
18. Kesulitan dalam memperoleh informasi akurat mengenai pasar di luar negeri
19. Kurangnya kapasitas untuk memenuhi kebutuhan permintaan ekspor
20. Kurang memadainya tenaga kerja untuk mengelola aktivitas ekspor

### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah eksportir furniture yang terdapat di Kabupaten Jepara yang tergabung dalam ASMINDO. Untuk menentukan sampel yang akan dianalisis, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan berdasarkan kriteria:

1. Perusahaan yang diambil adalah perusahaan furniture yang pernah melakukan aktivitas ekspor (atau dengan kata lain perusahaan yang tidak pernah meng-ekspor berarti tidak diambil sebagai sampel)
2. Terdaftar dalam anggota ASMINDO KOMDA JEPARA
3. Sampel yang diambil adalah perusahaan yang skala kecil dan menengah sesuai definisi dari BPS dan UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Berdasarkan kriteria tersebut pengambilan sampel nantinya akan dilakukan seleksi dari anggota ASMINDO KOMDA JEPARA yang pada tahun 2009 terdaftar sebanyak 340 perusahaan furniture.

### 3.3 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperlukan menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan Jenis data yang digunakan dan sumbernya:

1. Data primer: diperoleh secara langsung dari responden penelitian yang merupakan pemilik usaha atau manajer perusahaan. Data yang diperoleh ini berupa
  - a) Karakteristik perusahaan
  - b) Karakteristik responden
  - c) Persepsi pada ukuran-ukuran hambatan ekspor
2. Data sekunder diperoleh dari Departemen Koperasi dan PKM, Departemen Industri, Departemen Perdagangan, Asmindo, kontribusi UKM terhadap ekspor dari tahun ke tahun, perkembangan ekspor dan sumbangannya pada perekonomian dari tahun ke tahun, penggunaan tenaga kerja dan sebagainya.

### 3.4 Metode Analisis

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini bersifat kuantitatif dengan statistik deskriptif. Analisis kuantitatif dengan statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan data primer yang telah terkumpul yang diperoleh dari kuesioner kemudian disajikan dalam tabulasi. Dasar pengambilan kesimpulan adalah semakin banyak jawaban persetujuan, maka faktor/item pertanyaan tersebut semakin menghambat. Berikut ini klasifikasi rata-rata jawaban responden terhadap item pertanyaan yang diajukan:

1. Rata-rata jawaban responden antara 1,01 sampai 2 maka item pertanyaan tersebut termasuk kategori **faktor bukan penghambat ekspor**
2. Rata-rata jawaban responden antara 2,01 sampai 3 maka item pertanyaan tersebut termasuk kategori **faktor bukan penghambat ekspor**
3. Rata-rata jawaban responden antara 3,01 sampai 4 maka item pertanyaan tersebut termasuk kategori **faktor penghambat ekspor**
4. Rata-rata jawaban responden antara 4,01 sampai 5 maka item pertanyaan tersebut termasuk kategori **faktor utama penghambat ekspor**

#### **4. Hasil Dan Pembahasan**

##### **4.1 Gambaran Umum Industri Furniture**

Sejak jaman dulu, industri pengukiran di Jepara terkenal di tingkat lokal maupun di seantero dunia. Reputasinya telah menarik banyak kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan produksi dan pengolahan kayu, khususnya pembuatan furniture. Saat ini, Jepara telah menjadi salah satu contoh dari apa yang disebut sebagai sentra industri, di mana pertumbuhan dalam satu sektor (pembuatan furniture kayu) telah menarik ribuan industri ukuran kecil dan menengah ke kabupaten Jepara. Pada gilirannya, industri tersebut telah menciptakan fokus bagi kegiatan dan industri tambahan. Ruang pameran yang banyak terdapat di Jepara merupakan suatu mikrokosmos dari keanekaragaman pilihan furniture, desain, ketrampilan, pedagang dan ekspedisi yang ditawarkan di pulau Jawa.

Konsentrasi kegiatan industri inilah yang memicu peningkatan perekonomian yang cukup pesat di Jepara dan wilayah sekitarnya sehingga menarik dukungan politik setempat. Sebagai contoh, kebutuhan truk kontainer untuk mengangkut furniture ekspor mendorong pemerintah untuk memberlakukan status beberapa jalan utama di kabupaten sebagai jalan propinsi. Dengan demikian, sebagian besar wilayah di kabupaten dapat dijangkau oleh truk kontainer sehingga terjadi peningkatan perekonomian yang ditandai dengan datangnya lebih banyak orang sehingga memajukan kegiatan perekonomian di Jepara.

Sifat dinamis yang ada dalam industri Jepara yang kompleks juga berpengaruh pada rantai produk kayu di Indonesia, kayu dari hutan di Jawa Tengah dan daerah lain, termasuk pulau di luar Jawa tersedot ke Jepara. Ribuan truk dan mobil bak terbuka mengangkut kayu bulat ke dalam kabupaten dari tempat jauh, termasuk hutan tanaman negara dan hutan rakyat.

Perkembangan industri furniture yang berporos pada home industri sampai saat ini berjumlah sekitar 3776 unit usaha yang merata hampir di semua kecamatan di daerah Jepara dengan menampung 52.524 tenaga kerja pada industri furniture tersebut (Data: Disperindagkopmm Kabupaten Jepara Tahun 2006).

Searah dengan globalisasi di semua sektor industri, semakin meningkatkan kompetisi yang kuat bukan hanya di tingkatan lokal ataupun domestic juga ditingkat global sehingga diperlukan keseriusan dari pengusaha-pengusaha Industri furniture Jepara untuk dapat bersaing dengan produsen furniture yang lain khususnya dalam menghadapi pesaing baru dari negara lain seperti Vietnam, Thailand, Kamboja dan China. Maka diperlukan suatu pengelolaan usaha yang baik dalam manajemen perusahaan, kualitas, desain yang inovatif, promotion dan marketing serta tingkat pelayanan yang lebih baik. Juga kegiatan-kegiatan pemerintah yang bersifat kondusif untuk lebih mendukung dalam pengembangan industri furniture khususnya di Kabupaten Jepara.

## 4.2 Karakteristik Perusahaan Sampel

Karakteristik perusahaan yang diambil sebagai sampel yang dianalisis lebih mendalam meliputi aktivitas ekspor dan strategi perusahaan mengekspor produk.

### 1. Aktivitas Ekspor

Aktivitas ekspor adalah cara perusahaan menjalankan aktivitas pemasaran dalam ekspor. Aktivitas ekspor dapat digolongkan menjadi ekspor aktif (perusahaan berusaha mengembangkan ekspor ke pasar negara lain) dan ekspor pasif (perusahaan mengekspor karena ada permintaan dari luar negeri). Penggolongan perusahaan berdasarkan aktivitas ekspor disajikan pada tabel 2.

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa sebagian besar perusahaan eksportir furniture di Jepara merupakan perusahaan yang tergolong pasif dalam aktivitas ekspornya. Terdapat 10 responden yang menjawab “lainnya” Maksudnya adalah perusahaan tersebut ada yang bersifat pasif dengan melayani permintaan yang sudah ada tapi mereka juga berusaha mengembangkan pasar hanya saja pasar tersebut tidak spesifik, yaitu dengan memajang barang di internet. Misalnya di [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com).

**Tabel 2. Aktivitas Ekspor**

Aktivitas Ekspor	Frekuensi	Persentase
Pasif	39	48,1
Aktif	25	30,9
Lainnya	10	12,3
Total	74	91,4
Tidak jawab	7	8,6
	81	100,0

Sumber: Data Penelitian diolah

### 2. Strategi Ekspor

Pengertian dari strategi ekspor adalah cara perusahaan mengekspor produknya ke pasar luar negeri. Alternatif strategi ekspor adalah ekspor tidak langsung dan ekspor langsung. Strategi ekspor perusahaan eksportir furniture di Jepara disajikan pada tabel 3.

**Tabel 3. Strategi Ekspor**

Strategi Ekspor	Frekuensi	Percent
Ekspor tidak langsung	27	33,3
Ekspor langsung	22	27,2
Lainnya	26	32,1
Total	75	92,6
System	6	7,4
	81	100,0

Sumber: Data Penelitian diolah

Berdasarkan tabel 3 dapat dikemukakan bahwa sebagian besar perusahaan menjalankan strategi ekspor tidak langsung, yaitu dengan menggunakan jasa perantara atau agen atau distributor. Sedangkan responden yang mengatakan lainnya maksudnya adalah diantara responden ada yang mengirim produk ekspornya kepada eksportir besar, jadi kategori perusahaan ini adalah perusahaan yang memproduksi furniture untuk perusahaan eksportir lain atau istilahnya “subkontrak”.

## 4.3 Analisis Data dan Pembahasan

Hasil olah data berupa statistik deskriptif yang meliputi minimum, maksimum, modus, mean, dan standar deviasi disajikan pada tabel 4.

**Tabel 4. Olah Data Statistik Deskriptif**

No	Faktor penghambat ekspor	N	Min	Maks	Modus	Mean	Std. Dev
1	Tingginya biaya transportasi untuk mengirimkan produk ke luar negeri	81	1	3	2	2,12	0,64
2	Permasalahan menetapkan harga dalam mata uang asing	81	2	3	2	2,48	0,50
3	Kurangnya saluran distribusi (perantara)	81	1	4	3	2,59	0,91
4	Perlunya penyesuaian produk untuk memenuhi keinginan pelanggan luar negeri	81	1	4	3	2,72	0,75
5	Sikap manajemen yang kurang mumpuni terhadap pengembangan ekspor	78	2	4	3	2,90	0,73
6	Tingginya pungutan-pungutan dalam kegiatan ekspor	81	2	4	3	3,04	0,58
7	Prosedur dan peraturan impor di negara mitra bisnis yang membingungkan	81	2	5	3	3,14	0,77
8	Kurangnya kapasitas untuk memenuhi kebutuhan permintaan ekspor	81	2	4	3	3,15	0,74
9	Kesulitan dalam mencari pasar di luar negeri	81	1	5	3	3,22	1,06
10	Perbedaan bahasa dan budaya	81	2	5	3	3,23	0,71
11	Nilai mata uang/kurs yang berfluktuasi	80	2	4	3	3,25	0,70
12	Kewajiban menyediakan layanan purna jual	81	2	4	4	3,36	0,76
13	Persaingan di pasar luar negeri ketat	80	3	4	3	3,46	0,50
14	Praktek bisnis di luar negeri sulit dipahami	79	3	5	3	3,51	0,66
15	Tidak terdapat program bantuan ekspor (pendampingan) dari pemerintah	81	3	5	3	3,53	0,57
16	Kesulitan dalam menarik pembayaran dari pelanggan di luar negeri	78	3	5	4	3,58	0,55
17	Kurang memadainya tenaga kerja untuk mengelola aktivitas ekspor	81	3	4	4	3,59	0,49
18	Adanya Risiko dalam penjualan di luar negeri	81	3	5	4	3,74	0,57
19	Kurangnya modal, membiayai ekspor ke pasar luar negeri	81	3	5	4	4,12	0,76
20	Kesulitan dalam memperoleh informasi akurat mengenai pasar di luar negeri	81	3	5	4	4,14	0,72

Sumber: Data Penelitian diolah

Pada tabel 4, notasi “N” menunjukkan jumlah sampel yang memberikan , jawaban, kata “min” artinya minimum, yaitu jawaban yang paling rendah, kata “maks” artinya maksimum, yaitu jawaban yang paling tinggi. Modus menunjukkan jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden. Mean menunjukkan rata-rata jawaban responden, hasil ini digunakan untuk mengambil keputusan suatu faktor merupakan faktor penghambat atau bukan.

Berdasarkan tabel 4 dapat diberikan gambaran-gambaran secara umum sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang dianggap sebagai penghambat ekspor bagi perusahaan eksportir furniture di Kabupaten Jepara dimulai dari yang paling menghambat dengan melihat adalah:
  - 1) Kesulitan dalam memperoleh informasi akurat mengenai pasar di luar negeri
  - 2) Kurangnya modal, membiayai ekspor ke pasar luar negeri
  - 3) Adanya Risiko dalam penjualan di luar negeri
  - 4) Kurang memadainya tenaga kerja untuk mengelola aktivitas ekspor
  - 5) Kesulitan dalam menarik pembayaran dari pelanggan di luar negeri
  - 6) Tidak terdapat program bantuan ekspor (pendampingan) dari pemerintah
  - 7) Praktek bisnis di luar negeri sulit dipahami
  - 8) Persaingan di pasar luar negeri ketat

- 9) Kewajiban menyediakan layanan purna jual
  - 10) Nilai mata uang/kurs yang berfluktuasi
  - 11) Perbedaan bahasa dan budaya
  - 12) Kesulitan dalam mencari pasar di luar negeri
  - 13) Kurangnya kapasitas untuk memenuhi kebutuhan permintaan ekspor
  - 14) Prosedur dan peraturan impor di negara mitra bisnis yang membingungkan
  - 15) Tingginya pungutan-pungutan dalam kegiatan ekspor
2. Berdasarkan faktor-faktor penghambat yang sudah diketahui, dapat digolongkan menjadi tiga kelompok menurut kekuatan daya hambatnya, yaitu daya hambat sangat kuat, daya hambat kuat dan daya hambat lemah.
  3. Faktor yang memiliki daya hambat sangat kuat
    - 1) Kesulitan dalam memperoleh informasi akurat mengenai pasar di luar negeri
    - 2) Kurangnya modal, membiayai ekspor ke pasar luar negeri
  4. Faktor yang memiliki daya hambat kuat
    - 1) Adanya Risiko dalam penjualan di luar negeri
    - 2) Kurang memadainya tenaga kerja untuk mengelola aktivitas ekspor
    - 3) Kesulitan dalam menarik pembayaran dari pelanggan di luar negeri
    - 4) Tidak terdapat program bantuan ekspor (pendampingan) dari pemerintah
    - 5) Praktek bisnis di luar negeri sulit dipahami
    - 6) Persaingan di pasar luar negeri ketat
  5. Faktor yang memiliki daya hambat lemah
    - 1) Kewajiban menyediakan layanan purna jual
    - 2) Nilai mata uang/kurs yang berfluktuasi
    - 3) Perbedaan bahasa dan budaya
    - 4) Kesulitan dalam mencari pasar di luar negeri
    - 5) Kurangnya kapasitas untuk memenuhi kebutuhan permintaan ekspor
    - 6) Prosedur dan peraturan impor di negara mitra bisnis yang membingungkan
    - 7) Tingginya pungutan-pungutan dalam kegiatan ekspor
  6. Sedangkan faktor-faktor yang dianggap bukan sebagai penghambat ekspor bagi pengusaha eksportir furniture di Kab. Jepara adalah:
    - 1) Sikap manajemen yang kurang mumpuni terhadap pengembangan ekspor
    - 2) Perlunya penyesuaian produk untuk memenuhi keinginan pelanggan luar negeri
    - 3) Kurangnya saluran distribusi (perantara)
    - 4) Permasalahan menetapkan harga dalam mata uang asing
    - 5) Tingginya biaya transportasi untuk mengirimkan produk ke luar negeri

## 5. Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang dapat dioperasionalkan untuk mengatasi beberapa hambatan ekspor yang dihadapi pengusaha eksportir furniture di Kab. Jepara

1. Penyediaan informasi yang representatif sesuai dengan kebutuhan pengusaha eskportir, antara lain yang berkaitan dengan prospek/peleuang pasar ekspor, pembiayaan, dokumen/administrasi ekspor, teknologi

- dan forum-forum promosi.
2. Memberikan fasilitasi dalam mempromosikan produk furniture, melalui jalur diplomasi, temu bisnis dan pameran, baik even nasional maupun internasional yang dirancang secara berkesinambungan.
  3. Menyelenggarakan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan teknis dalam kegiatan yang berkaitan dengan ekspor.
  4. Menyelenggarakan pendampingan terhadap perusahaan furniture oleh lembaga-lembaga profesional dan memiliki akses dan kompetensi dalam aspek pembiayaan, pemasaran, teknologi, informasi pasar dan desain produk.

## Daftar Pustaka

- Asmindo Komda Jepara. 2008. **Menuju Tata Niaga Industri Furniture Berdaya Saing Global**, Bahan Musda 2008.
- \_\_\_\_\_. 2009. **Directory Asmindo Komda Jepara 2009**. Jepara.
- Anonim. 2000. Reformasi manajemen Ekspor Nasional. *Manajemen*. Oktober 2000.
- Bauerschmidt, Alan; Sullivan, Daniel and Gillespie, K. 1985. Common Factors Underlying Barriers to Export: Studies in the US Paper Industry. *Journal of International Business Studies*, Fall 1985
- Czinkota, Michael R; Hikka A, Ronkainen and Michael H Moffett. 1994. **International Business**, 4<sup>th</sup> Edition. Orlando Florida: The Dryden Press harcourt Brace College Publishers.
- Gripsrud, Geir. 1990. The Determinants of Export Decisions and Attitudes to a Distant Market: Norwegian Fishery Export To Japan. *Journal of International Business Studies*, Third Quarter, 1990.
- Karjantoro. 2002. Usaha Kecil dan Problem Pemberdayaannya. *Usahawan*, No. 04 tahun XXXI April 2002.
- Kathawala, Y.; Judd, R.; Monipallil, M. and Weinrich, M. 1989. Exporting Practices and Problems of Illinois Firms. *Journal of Small business Management*, January 1989.
- Keegan, Warren J. 1995. **Manajemen Pemasaran Global**. Jilid I dan II, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1996. **Dasar-dasar Pemasaran : Principles of Marketing 7ed**, Jilid 2, Edisi Indonesia, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lepi T. Tarmidi. 2001. Strategi Ekspor Non-Migas. *Usahawan*, No. 08 Tahun XXX Agustus 2001.
- Mahajar, A. J. & Hashim, M. K. 2001. Exporting Problems of Malaysian SMES: A Recent Survey. *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 8 Desember 2001.
- Suhadi Mangkusuwondo. 2001. Perdagangan Luar Negeri Sebagai penggerak Pembangunan. *Usahawan*, No. 09 Tahun XXX September.
- Teuku Mirza. 1999. Skema Pengembangan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi. *Usahawan*, No. 08 Tahun XXVIII Agustus 1999.
- Tseng, Jou-ying & Yu, Chwo Ming Joseph. 1991. Export of Industrial Goods to Europe: The Case of Large Taiwanese Firms. *European Journal of Marketing*, Vol. 25 No. 9.
- Tulus Tambunan. 2001 Peranan UKM bagi Perekonomian Indonesia dan Prospeknya. *Usahawan*, No. 07 tahun XXXI Juli 2002.
- Zulkieflimansyah, Puput Kurniaty dan Banu Muhammad. 2003. Akuisisi Kemampuan Teknologi pada Industri Kecil Menengah di Indonesia: Analisa Econometrics dan System Thinking of System Dynamics. *Usahawan*, No. 10 Tahun XXXII Oktober 2003.