

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEUNGGULAN KOMPARATIF DAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF PADA UKM PENGRAJIN BATU MARMER
DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

Andi Nu Graha

***Abstract:** Marketing Global was viewed that could give basically of business performance. It had been controlled and measured. Whereas certain business do not have attention toward global market. The development of middle and small industries face regional market and global market have to base with strongest effort and continuity. Hence, the production of middle and small business has comparative advantages competitive advantages. The purpose of this research is to know the various factors both comparative and competitive advantages in middle and small businesses of Marble Stones in Tuluagung Region, East Java. The analysis research are found : (1) The main problem of comparative advantages in middle and small businesses was the lower of wages labor, (2) the largest of scope area, (3) the agglomeration area and the government policies. The result of this research are production factors, the similar industries and the industries supported.*

***Keywords:** small and medium enterprise (ukm), comparative advantages and competitive advantages*

Memasuki abad milenium ke III, globalisasi dan liberalisasi di berbagai kawasan dunia, telah membawa dampak yang cukup besar terhadap perubahan di bidang perekonomian dan dunia usaha pada saat ini. Dampak yang cukup besar dalam perubahan ekonomi dan dunia bisnis pada saat ini adalah tingginya tingkat persaingan dalam mendapatkan pangsa pasar, perkembangan IPTEK, peningkatan kualitas pelayanan produk atau jasa, kemampuan dan keahlian sumber daya manusia, dan modal. Dimana tingkat persaingan yang cukup tinggi ini telah melampaui batas-batas negara (*Cross National Broader*) serta telah menggeser struktur kekuatan dan

potensi sumber-sumber daya yang dimiliki oleh bangsa-bangsa di dunia pada saat ini. Dhani (2000).

Pemerintah Indonesia berkomitmen meningkatkan transaksi perdagangan (ekspor-impor) dengan negara-negara di kawasan Asia Tenggara (ASEAN). Itu penting dilakukan sebelum produk asli Indonesia bergerak memasuki pasar global. "Kita akan fokus bergerak dari local player (pemain lokal) menjadi regional player (pemain regional)," ujar Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu dalam seminar ASEAN Economic Community (AEC), tantangan bagi Indonesia di gedung CSIS. Menurutnya, pemerintah pada awalnya menggarap pasar lokal terlebih dahulu, kemudian masuk ke tingkat regional. Strategi itu pula yang dilakukan perusahaan-perusahaan nasional. Menurut Mari, itu sesuai konsep dalam buku *Rethinking ASEAN; Toward ASEAN Community 2015* yang dibuat Philips Kotler bersama Hermawan Kartajaya. Dalam buku itu, strategi marketing yang tepat untuk menaklukkan pasar global adalah terlebih dahulu menguasai pasar regional. "Teori itu tepat sekali, karena sebenarnya pasar ASEAN menunjukkan growth (pertumbuhan) yang lebih tinggi," bebarnya. Perkembangan perdagangan regional untuk sektor-sektor tertentu, menunjukkan pertumbuhan yang sangat positif. Dengan menggarap pasar regional, sekaligus menjadi pengaman jika pasar nasional sedang down term (masa sulit). "Kita juga perlu bekerja sama dengan negara lain, seperti Tiongkok untuk bisa menjadi bagian dari Asia Timur," tegasnya. (Jawa Pos, Sabtu, 03 Nov 2007),

Pemasaran Global dipandang bisa memberikan substansi dari mana keseluruhan kinerja perusahaan bisa dikontrol dan diukur. Tidak semua perusahaan memiliki perhatian terhadap pasar global. Intensitas perhatian perusahaan terhadap pasar global bervariasi. Tahapan yang paling rendah adalah perusahaan yang hanya memberikan perhatian pada pasar domestik. Tahapan dan komitmen yang paling tinggi dijumpai pada perusahaan global yang telah melihat pasar dunia sebagai satu kesatuan pasar. (Suwarsono dan Zuraida, 1998)

Pengembangan usaha kecil dan menengah dalam menghadapi pasar regional dan global harus didasari pada upaya keras dan terus menerus dalam menjadikan UKM sebagai usaha yang tangguh. Oleh karena itu produk yang dihasilkan oleh UKM sekurang-kurangnya mempunyai keunggulan komparatif, bahkan sangat diharapkan mempunyai keunggulan kompetitif. (Suhendar Sulaiman 2004).

Jenis komoditi yang kemungkinan berpeluang untuk dapat secara aktif diperdagangkan pada pasar regional/global yang kompetitif tersebut, tampaknya tidak ada pilihan, kecuali yang mempunyai keunggulan komparatif (*comparative advantage*). Komoditi tersebut terutama berasal

dari sektor pertanian khususnya subsektor perkebunan, sektor kelautan khususnya subsektor perikanan, serta sektor industri khususnya subsektor industri pengolahan dan industri kecil. (Suhendar Sulaiman, 2004).

Industri kerajinan marmer dan batu onix di Campurdarat, Tulungagung, sempat terancam gulung tikar. Ini disebabkan melonjaknya biaya ongkos produksi akibat kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) pada Januari 2003. Banyak di antara penjual yang mengakui omset penjualannya mengalami penurunan drastis hingga 50%.

Bertolak dari pandangan tersebut, UKM yang dapat diandalkan untuk bersaing di pasar regional dan global. adalah UKM yang mengusahakan produk mempunyai keunggulan komparatif dan atau keunggulan kompetitif (Suhendar Sulaiman, 2004). Hal ini berkenaan dengan arti penting keberadaan, perkembangan, dan kontribusi usaha kecil dan menengah terhadap perekonomian daerah. Intinya adalah apakah keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah di Kabupaten Tulungagung sudah siap dalam menghadapi kondisi pasar bebas baik pasar domestik dan pasar global.

Tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi masalah utama pada keunggulan komparatif UKM pengrajin batu barmer di Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi masalah utama pada keunggulan kompetitif UKM pengrajin batu barmer di Kabupaten Tulungagung.

Studi yang dilakukan oleh Liedtka, Jeanne (2000), sebuah model alternatif dari proses perencanaan strategi yang berusaha untuk menghubungkan proses perencanaan dengan wawasan baru terhadap sumber keunggulan kempetitif dan dengan lensa teoritis multiple yang dipergunakan untuk memahami perubahan strategi yang digambarkan. Dihipotesiskan bahwa dalam proses perencanaan pendesainan ulang yang melibatkan sejumlah besar kelompok para anggota organisasi pada dialog strategis untuk masa depan.

Teori Keunggulan Komparatif (*Comparative Advantage*)

Teori perdagangan komparatif yang dikemukakan oleh David Ricardo ini sebenarnya merupakan perluasan dari teori keunggulan absolut Adam Smith, di mana keunggulan absolut merupakan kasus khusus dari keunggulan komparatif. Semua asumsi keunggulan absolut berlaku pula sebagai asumsi keunggulan komparatif David Ricardo (Budiarto dan Ciptono, 1997).

Teori *Comparative Advantage* menyatakan bahwa suatu negara akan menghasilkan dan kemudian mengekspor suatu barang yang memiliki *comparative advantage* dan mengimpor barang yang memiliki *comparative disadvantage*, yaitu suatu barang yang dapat dihasilkan dengan lebih murah dan mengimpor barang yang kalau dihasilkan sendiri memakan ongkos yang besar (J.S Mill dalam Nopirin 1993).

Komparatif adalah suatu prinsip umum yang menerangkan keadaan di mana perniagaan yang menguntungkan, dapat timbul antara dua daerah ekonomi. Keuntungan komparatif timbul oleh karena “*endowments*” yang berbeda yang meliputi sumber daya alamiah, modal, penduduk dan sebagainya. Sedangkan rasio-rasio antara biaya produksi untuk menghasilkan sejumlah barang pada negara yang satu, berbeda dengan rasio sama, pada negara lain (Winardi, 1992).

Menurut (Sloan and Zurcher dalam Winardi, 1992) *comparative advantage* adalah keadaan yang terdapat bilamana suatu negara atau daerah dapat menghasilkan dua barang dengan biaya produksi lebih rendah daripada negara atau daerah lain dan penghematan relatif dalam biaya produksi salah satu barang lebih besar dari pada barang kedua.

Jenis komoditi yang kemungkinan berpeluang untuk dapat secara aktif diperdagangkan pada pasar regional/global yang kompetitif tersebut, tampaknya tidak ada pilihan, kecuali yang mempunyai keunggulan komparatif (*comparative advantage*). Komoditi tersebut terutama berasal dari sektor pertanian khususnya subsektor perkebunan, sektor kelautan khususnya subsektor perikanan, serta sektor industri khususnya subsektor industri pengolahan dan industri kecil. (Suhendar Sulaiman, 2004).

Faktor – faktor yang bisa membuat suatu daerah memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dapat berupa kondisi alam, yaitu sesuatu yang sudah *given* tetapi dapat juga karena usaha-usaha manusia. Faktor-faktor yang dapat membuat sesuatu wilayah memiliki keunggulan komparatif dapat dikelompokkan (Tarigan, 2005), sebagai berikut :

1. Pemberian alam.
2. Masyarakatnya menguasai teknologi mutakhir.
3. Masyarakatnya menguasai ketrampilan khusus.
4. Wilayah itu dekat dengan pasar.
5. Wilayah dengan aksesibilitas yang tinggi.
6. Daerah konsentrasi / sentra dari suatu kegiatan sejenis.
7. Daerah aglomerasi dari berbagai kegiatan.
8. Upah buruh yang rendah dan tersedia dalam jumlah yang cukup serta didukung oleh ketrampilan yang memadai dan mentalitas yang mendukung.

9. Mentalitas masyarakat yang sesuai untuk pembangunan.
10. Kebijakan pemerintah.

Teori Keunggulan Kompetitif (*Competitive Advantage*)

Kesinambungan hidup suatu perusahaan, sangat tergantung pada ketahanan wirausaha dalam meraih keunggulan bersaing melalui strategi yang dimilikinya. Meskipun dalam manajemen perusahaan modern seperti sekarang ini telah terjadi pergeseran strategi, dari strategi perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan *shareholder* (mencari laba perusahaan) menjadi memaksimalkan keuntungan bagi semua yang berkepentingan dalam perusahaan *stakeholder*, yaitu persorangan atau kelompok yang memiliki kepentingan dalam kegiatan perusahaan, seperti karyawan, manajemen, pembeli, masyarakat, pemasok, pemegang saham, distributor, dan pemerintah. (Suryana, 2003)

Dalam teori ekonomi mikro neo-klasik dari mazhab Austria, dikemukakan bahwa perusahaan bisa memperoleh keuntungan bila memiliki keunggulan yang unik untuk menghindari persaingan sempurna. Menurut Schumpeter (1934) dalam Suryana (2003) keuntungan tersebut hanya bisa tercipta dari penemuan yang dilakukan para wirausaha. Penemuan dari para wirausaha dapat menciptakan keuntungan melalui penemuan cara-cara baru dalam memberi pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Menurut Richard A. D'Aveni (1994) dalam Suryana (2003), penemuan para wirausaha merupakan hasil dari proses kreatif yang dinamis dari para pencipta yang berusaha menciptakan ketidakseimbangan pasar.

Selain dari mazhab neo-klasik, tidak sedikit ahli ekonomi dan manajemen tahun 1980-an dan 1990-an yang mengemukakan berbagai pandangan tentang bagaimana perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari pesaing. Michael Porter (1980) dalam Suryana (2003) yang terkenal dengan teorinya *competitive strategy*, mengemukakan bahwa perusahaan harus menciptakan daya saing khusus agar memiliki posisi tawar-menawar yang kuat (*bargaining power*) dalam persaingan.

Michael Porter dalam bukunya "*the competitive advantage of nations*". Konsep keunggulan kompetitif negara menyatakan bahwa ada empat atribut yang menentukan dalam persaingan internasional. Keempat atribut itu adalah (Porter, 1990 dalam Budiarto dan Ciptono, 1997) :

1. Kondisi faktoral, yaitu posisi suatu negara dalam faktor-faktor produksi (misalnya : tenaga kerja terampil, infrastruktur, teknologi) yang dibutuhkan untuk bersaing dalam industri tertentu.
2. Kondisi permintaan, yakni sifat permintaan domestik atas produk atau jasa industri tertentu.
3. Keberadaan industri terkait dan industri pendukung yang kompetitif secara internasional.

4. Strategi, struktur, dan persaingan perusahaan, yakni kondisi dalam negeri yang menentukan bagaimana perusahaan-perusahaan dibentuk, diorganisir, dan dikelola, serta sifat persaingan domestik.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah metode penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama. Adanya pengelompokan dan pemetaan objek (*mapping* dan *clustering*) berdasarkan karakteristik yang terkandung di dalam faktor yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian ini, maka jenis penelitian yang digunakan adalah eksploratori atau penelitian penjelasan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha kecil menengah (UKM) Batu Marmer di Kab. Tulungagung kurang lebih 150 UKM. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah *proportionate stratified random sampling* dimana populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Pengukuran Variabel

Untuk keperluan pengolahan data, terutama sekali data primer yang berupa tanggapan atau jawaban responden tentang pertanyaan yang diajukan menggunakan *Skala Likert* yaitu dengan interval 1 sampai 4. Interval jawaban responden akan disesuaikan dengan pertanyaan yang diajukan.

Analisis Data

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk mereduksi data (variabel) dengan melakukan uji korelasi antara variabel terukur dan variabel bentukan. Model Persamaan analisis faktor pada *common factor* tersebut bisa dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel yang terlihat (*the observed variables*), yang dinyatakan dalam persamaan model:

$$X_i = c_{ij} F_1 + c_{ij} F_2 + c_{ij} F_3 + \dots + c_{ij} F_p + \epsilon_j$$

F_j = Faktor bersamaan ke j.

c_{ij} = Bobot (*loading*) dari variabel ke i pada faktor ke j, yang menunjukkan pentingnya faktor ke j dalam komposisi dari variabel ke i.

ϵ_j = Galat (*error*) atau faktor spesifik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Keunggulan Komparatif Uji Kelayakan

Kumpulan variabel layak untuk menggunakan analisis faktor jika memiliki tingkat keterkaitan (dependensi) yang cukup tinggi. Indikasi tingkat keterkaitan ini ditentukan berdasarkan nilai KMO dan MSA.

Nilai KMO sebesar 0,687 merekomendasikan kelayakan penggunaan analisis faktor karena bernilai lebih dari 0,50. Sedangkan pertimbangan dengan menggunakan nilai MSA dengan kisaran 0,551 – 0,740 (lebih besar dari 0,50) juga memberikan rekomendasi yang sama.

Hasil Ekstraksi Faktor

Ekstraksi faktor mengandung arti reduksi dimensi data yang lebih kecil dengan jumlah sesuai dengan faktor yang bernilai *eigen* lebih besar dari 1.

Tabel 1. Ekstraksi Faktor Dan Keragaman Total

Faktor	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.640	26.399	26.399
2	1.829	18.288	44.687
3	1.055	10.548	55.235
4	1.025	10.250	65.485
5	.806	8.062	73.546
6	.780	7.801	81.348
7	.550	5.502	86.850
8	.528	5.283	92.132
9	.421	4.212	96.345
10	.366	3.655	100.000

Sumber. Hasil analisis data (2009)

Ada empat faktor yang memiliki nilai *eigenvalue* diatas 1, artinya jumlah faktor yang terekstrak adalah empat. Faktor pertama memiliki nilai eigen sebesar 2,640 dengan nilai proporsi keragaman total sebesar 26,399%. Faktor kedua memiliki nilai eigen sebesar 1,829 dengan nilai proporsi keragaman total sebesar 18,288%. Faktor ketiga memiliki nilai eigen sebesar 1,055 dengan nilai proporsi keragaman total sebesar 10,548%. Dan faktor keempat memiliki nilai eigen sebesar 1,025 dengan nilai proporsi

keragaman total sebesar 10,250%. Nilai kumulatif keragaman total dari keempat faktor ini mencapai 65,485%.

Hasil Loading Faktor

Hasil ekstraksi faktor sebanyak empat faktor utama dilanjutkan dengan melakukan interpretasi terhadap loading faktor setiap variabel. Faktor akan mewakili sejumlah variabel jika pertimbangan loading faktor lebih dari 0,50. *Loading faktor juga menjelaskan besarnya korelasi suatu item dengan faktor yang terbentuk.* Hasil loading faktor yang digunakan diperoleh dari *rotated component matrix*, yaitu perhitungan loading faktor setelah dirotasi. Metode rotasi *varimax* digunakan agar diperoleh loading faktor yang optimal. Tabel 3 berikut menjelaskan loading faktor setiap variabel produk pada keempat faktor yang terekstrak, *loading* faktor dengan nilai dibawah 0,50 tidak ditampilkan.

Tabel 2. Nilai *Loading* Faktor

Variabel	Kode	Faktor			
		1	2	3	4
Upah buruh yang rendah	X8	0.794			
Wilayah dengan aksesibilitas tinggi	X5	0.793			
Daerah agglomerasi dari berbagai kegiatan	X7	0.767			
Kebijakan pemerintah	X10	0.509			
Daerah konsentrasi / sentra dari suatu kegiatan sejenis	X6		0.806		
Wilayah itu dekat pasar	X4		0.720		
Mentalitas masyarakat	X9		0.697		
Menguasai teknologi mutakhir	X2			0.726	
Masyarakat menguasai keterampilan khusus	X3			0.724	
Pemberian alam	X1				0.861

Sumber. Hasil analisis data (2009)

Faktor utama pertama terdiri atas upah buruh, aksesibilitas tinggi, daerah agglomerasi dan kebijakan pemerintah. Urutan faktor menunjukkan tingkat keragaman masalah yang dialami pengrajin. Analisis ini menjelaskan bahwa persoalan utama upah buruh, aksesibilitas tinggi, daerah agglomerasi dan kebijakan pemerintah. Artinya keragaman respon pengrajin terhadap ke-4 variabel keunggulan komparatif adalah sangat tinggi dibandingkan dengan 6 variabel lainnya.

Tabel 3. Hasil Bentukan Faktor

Faktor	Nama	Kode	Variabel	Loading
1	Tenaga kerja Dan Distribusi	X8	Upah buruh yang rendah	0.794
		X5	Wilayah dengan aksesibilitas tinggi	0.793
		X7	Daerah agglomerasi dari berbagai kegiatan	0.767
		X10	Kebijakan pemerintah	0.509
2	Pemasaran	X6	Daerah konsentrasi / sentra dari suatu kegiatan sejenis	0.806
		X4	Wilayah itu dekat pasar	0.720
		X9	Mentalitas masyarakat	0.697
3	Alat dan Bakat	X2	Menguasai teknologi mutakhir	0.726
		X3	Masyarakat menguasai keterampilan khusus	0.724
4	Alam	X1	Pemberian alam	0.861

Sumber: Hasil Analisis (2009)

Berdasarkan tabel 3 kemudian dilakukan penamaan untuk masing-masing faktor yang terbentuk. Faktor pertama diberi nama faktor **tenaga kerja dan distribusi**. Nama ini diberikan dengan pertimbangan bahwa keempat variabel pembentuk faktor pertama mempunyai kaitan yang erat dengan masalah tenaga kerja dari sisi upah dan peraturan kebijakan pemerintah, serta terkait pula dengan persoalan distribusi yaitu akses wilayah dan potensi sebagai daerah agglomerasi. Faktor tenaga kerja dan distribusi memiliki tingkat keragaman tertinggi, hal ini sekaligus menjadi persoalan utama bahwa pengrajin memiliki pandangan yang berbeda terhadap masalah faktor tenaga kerja dan distribusi. Sebagian pengrajin memandang bahwa upah buruh masih tergolong rendah akan tetapi sebagian lainnya menilai telah cukup tinggi karena telah sesuai dengan kebijakan pemerintah.

Faktor kedua diberi nama faktor **pemasaran** dengan pertimbangan bahwa ketiga variabel pembentuknya berkaitan erat dengan masalah-masalah Tulungagung sebagai sentra industri batu marmer di Jawa Timur, wilayah yang dekat dengan pasar serta mentalitas masyarakat yang terkenal sebagai pengrajin. Faktor ketiga dinamakan faktor **alat dan bakat**. Nama ini diberikan dengan pertimbangan bahwa kedua variabel pembentuk faktor

ketiga mempunyai kaitan yang erat dengan masalah-masalah penguasaan teknologi dan sebagian besar masyarakat menguasai ketrempilan khusus. Terakhir adalah faktor keempat yang diberi nama faktor **alam**. Dari hasil analisis ini dapat diberikan suatu gambaran bahwa persoalan utama pada keunggulan komparatif antara lain :

1. Upah buruh yang rendah
2. Wilayah dengan aksesibilitas tinggi
3. Daerah aglomerasi dari berbagai kegiatan
4. Kebijakan pemerintah

Analisis Faktor Keunggulan Kompetitif

Uji Kelayakan

Nilai KMO sebesar 0,681 merekomendasikan kelayakan penggunaan analisis faktor karena bernilai lebih dari 0,50. Sedangkan pertimbangan dengan menggunakan nilai MSA dengan kisaran 0,582 – 0,778 (lebih besar dari 0,50) juga memberikan rekomendasi yang sama. Selanjutnya adalah membahas hasil ekstraksi dan faktor *loading* yang terbentuk pada bagian keunggulan kompetitif.

Hasil Ekstraksi Faktor

Setelah dilakukan proses pemilihan variabel yang layak, yakni penyaringan terhadap ke-7 variabel, sehingga didapat variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Selanjutnya adalah peringkasan atau ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada, sehingga terbentuk satu atau lebih faktor yang merupakan struktur data utama dari keunggulan kompetitif. Ekstraksi faktor dari 7 variabel akan berjumlah 7 faktor dengan proporsi keragaman total yang berbeda, ditunjukkan oleh nilai *eigen*. Ekstraksi faktor mengandung arti reduksi dimensi data yang lebih kecil dengan jumlah sesuai dengan faktor yang bernilai *eigen* lebih besar dari 1.

Tabel 4. Ekstraksi Faktor Dan Keragaman Total

Faktor	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.689	38.407	38.407
2	1.335	19.078	57.486
3	1.048	14.966	72.452
4	.579	8.278	80.729
5	.550	7.858	88.588
6	.467	6.673	95.260
7	.332	4.740	100.000

Sumber. Hasil analisis data (2009)

Pada tabel 6 diatas terlihat hanya ada tiga faktor yang memiliki nilai *eigenvalue* diatas 1, artinya jumlah faktor yang terekstrak adalah tiga. Faktor pertama memiliki nilai eigen sebesar 2,689 dengan nilai proporsi keragaman total sebesar 38.407%. Faktor kedua memiliki nilai eigen sebesar 1,335 dengan nilai proporsi keragaman total sebesar 19,078%. Faktor ketiga memiliki nilai eigen sebesar 1,048 dengan nilai proporsi keragaman total sebesar 14,966%. Nilai kumulatif keragaman total dari ketiga faktor ini mencapai 75,452%.

Hasil Loading Faktor

Hasil ekstraksi faktor sebanyak empat faktor utama dilanjutkan dengan melakukan interpretasi terhadap loading faktor setiap variabel. Faktor akan mewakili sejumlah variabel jika pertimbangan loading faktor lebih dari 0,50. *Loading faktor juga menjelaskan besarnya korelasi suatu item dengan faktor yang terbentuk.* Hasil loading faktor yang digunakan diperoleh dari *rotated component matrix*, yaitu perhitungan loading faktor setelah dirotasi. Metode rotasi *varimax* digunakan agar diperoleh loading faktor yang optimal. Tabel 7 berikut menjelaskan loading faktor setiap variabel produk pada keempat faktor yang terekstrak, *loading* faktor dengan nilai dibawah 0,50 tidak ditampilkan.

Tabel 5. Nilai Loading Faktor

Variabel	Kode	Faktor		
		1	2	3
Faktor-faktor produksi	X11	0.820		
Industri terkait	X13	0.803		
Industri pendukung	X14	0.670		
Struktur perusahaan	X16		0.839	
Persaingan perusahaan	X17		0.738	
Sifat permintaan domestik	X12		0.599	
Strategi perusahaan	X15			0.873

Sumber. Hasil analisis data (2009)

Faktor utama pertama terdiri atas faktor-faktor produksi, industri terkait dan industri pendukung. Urutan faktor menunjukkan tingkat keragaman masalah yang dialami pengrajin. Analisis ini menjelaskan bahwa persoalan utama terletak pada faktor produksi, industri terkait dan industri pendukung. Artinya keragaman respon pengrajin terhadap ke-3 variabel keunggulan kompetitif adalah sangat tinggi dibandingkan dengan 4 variabel lainnya.

Tabel 6. Hasil Bentukan Faktor

Faktor	Nama	Kode	Variabel	Loading
1	Faktor produksi dan jenis Industri	X11	Faktor-faktor produksi	0.820
		X13	Industri terkait	0.803
		X14	Industri pendukung	0.670
2	Perusahaan	X16	Struktur perusahaan	0.839
		X17	Persaingan perusahaan	0.738
		X12	Sifat permintaan domestik	0.599
3	Strategi	X15	Strategi perusahaan	0.873

Sumber: Hasil Analisis (2009)

Berdasarkan tabel 6 kemudian dilakukan penamaan untuk masing-masing faktor yang terbentuk. Faktor pertama diberi nama faktor **produksi dan jenis industri**. Nama ini diberikan dengan pertimbangan bahwa ketiga variabel pembentuk faktor pertama mempunyai kaitan yang erat dengan masalah faktor produksi, serta terkait pula dengan persoalan industri terkait dan industri pendukung. Faktor produksi dan jenis industri memiliki tingkat keragaman tertinggi, hal ini sekaligus menjadi persoalan utama bahwa pengrajin memiliki pandangan yang berbeda terhadap masalah faktor produksi dan jenis industri. Sebagian pengrajin menjawab bahwa tidak mengalami masalah yang berarti pada persoalan-persoalan faktor produksi akan tetapi sebagian lainnya menilai masih ada kendala di faktor produksi karena pada kapaistas tertentu pengrajin mulai berpikir akan industri terkait dan industri pendukungnya.

Faktor kedua diberi nama faktor **perusahaan** dengan pertimbangan bahwa ketiga variabel pembentuknya berkaitan erat dengan masalah-masalah struktur perusahaan, persaingan perusahaan dan sifat permintaan domestik. Terakhir adalah faktor ketiga yang diberi nama faktor **strategi**. Dari hasil analisis ini dapat diberikan suatu gambaran bahwa persoalan utama pada keunggulan kompetitif antara lain :

1. Faktor produksi
2. Industri terkait
3. Industri pendukung

Pembahasan

Masalah Utama Pada Keunggulan Komparatif

Urutan faktor menunjukkan tingkat keragaman masalah yang dialami pengrajin batu marmer di Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan hasil-hasil analisis faktor keunggulan komparatif ini maka dapat ditarik beberapa implikasi kebijakan sebagai berikut :

1. Upah buruh yang rendah

Pengusaha marmer di Kabupaten Tulungagung terdiri atas berbagai skala ada yang kecil dan menengah. Kebanyakan usaha yang ada di UKM pengrajin batu marmer adalah skala usaha kecil maka upah buru yang berlaku di sana akan menjadi sebuah persoalan penting bagi pengusaha pengrajin batu marmer pada situasi omzet penjualan yang menurun. Persoalan tenaga kerja sebagai bagian dari suatu usaha yang tidak akan pernah terlepas dari persoalan upah yang rendah. Persoalan upah buruh yang rendahpun akan menjadi permasalahan bagi tenaga kerjanya sendiri. Ketika upah buruh terlalu rendah akan mengakibatkan pekerja beralih ke pekerjaan lain. Padahal di satu sisi pengusaha masih mengharapkan tenaga mereka untuk tetap memproduksi di perusahaannya. Jenis kegiatan yang dilakukan para buruh pada saat ini antara lain menggergaji, mengolah bahan mentah, penghalusan dan finishing sehingga kisaran biaya yang bisa diberikan dari pengusaha berkisar antara Rp 20.000,- hingga Rp 25.000,-. Situasi perkembangan yang berjalan hingga kini masih banyak pengusaha mengalami fluktuasi omset penjualan. Sehingga ada beberapa hal yang terkait dengan upah buruh pada saat ini harus menjadi perhatian khusus bagi para pengusaha kerajinan bisa melakukan beberapa hal antara lain :

- a. Merencanakan jumlah produksi sesuai permintaan pasar
- b. Pengrajin bisa mengurangi jam kerja sehingga dapat menghemat biaya untuk buruh.
- c. Konsep pemberian upah buruh yang didasarkan pada tingkat produktifitas.
- d. Upah akan diberikan lebih banyak kepada karyawan yang menghasilkan produk lebih banyak.
- e. Dalam jangka panjang, untuk menampung tenaga kerja dan perolehan nilai tambah, pemerintah harus merubah strategi pengembangan industri dari yang berbasis manufaktur ke sektor andalan (leading sectors) industri kita yaitu dengan mengembangkan sektor-sektor yang memiliki keunggulan *absolute (absolute comparative advantage)*.

2. Wilayah dengan aksesibilitas yang tinggi

Pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah menyebabkan bertambahnya pula pergerakan orang dan barang pada suatu wilayah. Dengan bertambahnya pergerakan itu juga dapat menimbulkan masalah dalam bidang transportasi. Di lain sisi pertumbuhan ekonomi suatu daerah sangat dipengaruhi oleh sistem transportasi yang ada. Hubungan antara simpul-simpul kegiatan tidak akan terjadi, bila tidak difasilitasi oleh sarana dan prasarana transportasi. Wilayah dengan aksesibilitas yang tinggi di wilayah UKM pengrajin batu marmer akan membuat angkutan barang dan angkutan penumpang bisa lebih cepat, tepat waktu, dan lebih murah karena banyak pilihan. Infrastruktur yang tersedia baik sarana maupun prasarana yang ada di lokasi UKM pengrajin batu marmer di Kabupaten Tulungagung sudah memadai. Namun ada satu kendala yang dihadapi baik bagi produsen maupun konsumen adalah sarana transportasi yang tersedia masih belum bisa memenuhi kebutuhannya. Bagi produsen bagaimana bisa mengangkut bahan baku atau bahan mentah dengan biaya yang murah, cepat, dan tepat waktu. Pengrajin seringkali mengalami kesulitan sarana transportasi untuk mengangkut bahan baku atau mengirimkan barang menuju ke wilayah tertentu baik di Tulungagung sendiri maupun di luar kota Tulungagung. Begitupun sebaliknya bagi konsumen yang tidak mempunyai transportasi sendiri pasti membutuhkan angkutan transportasi umum dengan biaya yang murah cepat, dan tepat waktu. Sehingga akses-akses penting menuju atau keluar dari sentra industri marmer kurang memadai. Sejalan dengan itu, intensitas pemecahan masalah transportasi perkotaan menjadi semakin relevan mengingat perubahan pendekatan pembangunan yang semula berdasarkan pendekatan sektoral menjadi pendekatan yang teintegrasi, tidak saja terbatas pada sektor transportasi, tetapi juga menyangkut berbagai sektor, seperti tata guna lahan, ekonomi dan lingkungan.

Berdasarkan pada situasi dan kondisi yang omzet penjualan menurun sampai saat ini maka untuk dapat keluar dari persoalan utama yang ada pengusaha pengrajin batu marmer harus bisa memberikan solusi dan jalan keluar dalam mengatasi aksesibilitas yang melemah. Beberapa hal yang bisa dilakukan untuk mengatasi persoalan ini antara lain :

- a. Penyelenggaraan sistem transportasi harus diwujudkan sesuai dengan tujuan dari sistem transportasi nasional adalah untuk mewujudkan suatu sistem transportasi yang selamat, aman, cepat, lancar, tertib dan teratur, nyaman, efisien serta ramah lingkungan.
- b. Sasaran utama pembangunan sektor transportasi di wilayah ini adalah untuk terwujudnya pemerataan pembangunan wilayah, dan

- mempertahankan nilai aksesibilitas di pusat kota serta mengintegrasikan berbagai moda transportasi yang ada.
- c. Peningkatan prasarana dan sarana transportasi bertujuan untuk menghubungkan antara sentra produksi yang terbesar letaknya dengan sentra-sentra yang bersifat transito, membuka kesempatan lapangan kerja, membuka dan meningkatkan arus perhubungan antara desa dan kota, dan sebagainya.
 - d. Pengusaha pengrajin batu marmer yang berskala menengah sebaiknya menyediakan jasa transportasi khusus pengangkutan bahan baku ke lokasi pengolahan dengan harga yang tidak terlalu tinggi.
 - e. Kelompok pengusaha pengerajin batu marmer harus melakukan perencanaan dan penanganan seksama atas pengadaan sarana transportasi yang bisa dimanfaatkan baik pengrajin berskala mikro, kecil dan menengah.
 - f. Usulan pengadaan trayek yang bisa melintasi jalur sentra industri marmer sehingga akses menuju ke sentra industri lebih mudah dilakukan.
 - g. Pembangunan sektor transportasi juga merupakan sektor yang diprioritaskan karena pada sektor ini memegang peranan yang penting untuk mendorong investasi melalui penurunan biaya produksi baik untuk perumahan dan pemukiman industri, maupun sektor jasa dan perdagangan.
3. Daerah aglomerasi dari berbagai kegiatan
- Proses produksi marmer menghasilkan limbah produksi berupa serbuk marmer. Limbah produksi ini dapat difungsikan sebagai campuran bahan bangunan, bahan baku cat, campuran konsentrat ternak tetapi belum dimanfaatkan secara optimal. Produk marmer di saat ini tidak hanya memanfaatkan bahan baku batu gunung, tetapi juga mulai memakai bahan baku batu kali. Hal-hal yang terkait dengan daerah agglomerasi di atas bisa dioptimalkan dengan beberapa rekomendasi antara lain :
- a. Penghematan bisa dilakukan dengan menumbuhkan sentra-sentra baru dilokas yang telah ada, misalnya sentra marmer batu kali, onyx dan batu marmer sendiri
 - b. Bagaimana pengrajin membangun jaringan baru untuk menyplai batu kali yang lagi booming saat ini karena telah terjadi pergeseran gaya hidup (*life style*).
 - c. Menumbuhkan sentra-sentra baru dilokasi yang ada sehingga konsumen akan merasa puas ketika membeli barang dengan melakukan banyak perbandingan.

- d. Kerjasama dengan dinas pariwisata dan dinas perindustrian dan perdagangan untuk saling mempromosikan potensi ekonomi daerah dengan cara menyediakan ruang pameran (show room) di beberapa tempat wisata, misalnya pantai Popoh.
4. Kebijakan pemerintah.
- Kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Tulungagung untuk mendorong pertumbuhan ekonomi sampai saat ini masih komit namun pergerakannya agak berkurang dan ini yang menjadi kendala pengusaha dalam mengembangkan usahanya. Apa yang dirasakan pengusaha terhadap peran pemerintah daerah dalam mensupport pengusaha mikro, kecil, dan menengah adalah mulai berkurangnya pemberian subsidi. Di saat pasar yang sampai saat ini mengalami kelesuan maka subsidi sebenarnya masih dibutuhkan terutama pengusaha mikro dan kecil. Beberapa hal yang bisa dilakukan antara lain :
- a. Pemberian subsidi harus terus dilakukan dengan prioritas utama pengrajin berskala mikro atau kecil.
 - b. Subsidi diharapkan bisa merangsang pengrajin untuk bisa lebih cepat keluar dari kelesuan pasar.
 - c. Tidak adanya program subsidi berdampak pada berkurangnya hasil produksi karena pengrajin tidak memiliki modal yang cukup untuk melakukan proses produksi.
 - d. Pemerintah perlu menambah porsi materi yang terkait dengan pengrajin dan produksi marmer di situs pemerintah daerah Tulungagung. Metode ini bisa meningkatkan intensitas telemarketing di internet, sehingga promosi dalam dilakukan secara luas dengan biaya rendah.

Masalah Utama Pada Keunggulan Kompetitif

Urutan faktor menunjukkan tingkat keragaman masalah yang dialami pengrajin batu marmer di Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan hasil-hasil analisis faktor keunggulan kompetitif ini maka dapat ditarik beberapa implikasi kebijakan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor produksi

Kondisi faktorial suatu daerah dalam faktor-faktor produksi yaitu tersedianya tenaga kerja terampil, tersedianya infrastruktur, dan tersedianya teknologi yang dibutuhkan untuk bersaing dengan industri tertentu.

Namun ketika tersedianya tenaga kerja terampil masih ada kendala karena respon dari pengusaha dalam mengikuti pelatihan baik yang disediakan pemerintah daerah maupun pelatihan atasi inisiatif sendiri sangat rendah itu dapat dibuktikan di karakteristik responden yang ada.

Tidak seluruh pengrajin dapat menyediakan faktor produksi secara baik, terutama ketersediaan modal. Sehingga yang perlu menjadi perhatian pengusaha pengrajin batu marmer adalah

- a. Pengrajin perlu melakukan kerjasama dengan pihak-pihak lain seperti perbankan, dinas koperasi untuk mengurangi masalah-masalah yang bersinggungan langsung dengan faktor produksi.
- b. Ketersediaan bahan baku yang bersifat terbatas perlu diantisipasi dengan mencari bahan-bahan pengganti seperti batu kali.
- c. Faktor produksi pada tenaga kerja dibutuhkan sumber daya yang kreatif. Pengrajin sangat penting untuk mengamati dan mempelajari trend pasar yang tengah terjadi.
- d. Kreatifitas pengrajin bisa dibangun dengan cara bergabung atau membentuk forum komunikasi yang bisa mewadahi pengrajin batu marmer. Dalam forum ini anggota bisa saling berbagi informasi tentang banyak hal terkait dengan produksi batu marmer.

2. **Industri terkait**

Industri terkait merupakan keberadaan industri yang akan membantu UKM dalam memasarkan produk secara kompetitif.

Proses produksi batu marmer sangat terkait dengan industri lain, seperti industri pengrajin besi. Produk marmer pada umumnya berbentuk ubin, patung, meja-kursi, cermin, lampu, mainan, bath-up, wastafel, closed dan bentuk lainnya. Bentuk-bentuk produksi mengaitkan pengrajin akan berhubungan dengan industri terkait lainnya, misalnya industri perumahan, pengusaha bahan bangunan dan pengrajin besi. Pengrajin perlu mempelajari beberapa bentuk kerjasama yang bisa saling menguntungkan dengan industri terkait lainnya.

3. **Industri pendukung**

Industri pendukung merupakan keberadaan industri yang akan membantu UKM dalam memasarkan produk secara kompetitif.

Proses produksi batu marmer juga terkait dengan industri pendukung lainnya, seperti jasa transportasi dan perbankan. Pihak perbankan perlu menggalakkan program yang bersifat pelatihan atau pendampingan untuk pengrajin. Pengrajin perlu mengenal bentuk-bentuk pembelajaran manajemen produksi, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan. Selain hal tersebut untuk menggali potensi keinginan konsumen, pengrajin perlu sering mengadakan kerjasama dengan KADIN daerah dan propinsi untuk mendapatkan mengikuti pameran atau expo. Keterlibatan secara langsung dari pengrajin dalam kegiatan expo akan membuka wawasan bahwa pemasaran produk marmer adalah sangat prospektif tidak hanya di wilayah lokal atau regional, akan tetapi bisa meluas hingga nasional dan internasional.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis faktor dapat diketahui yang menjadi masalah utama pada keunggulan komparatif UKM pengrajin batu barmer di Kabupaten Tulungagung adalah upah buruh yang rendah, wilayah dengan aksesibilitas tinggi, daerah aglomerasi dari berbagai kegiatan, dan kebijakan pemerintah.
2. Berdasarkan hasil analisis faktor dapat diketahui yang menjadi masalah utama pada keunggulan kompetitif UKM pengrajin batu barmer di Kabupaten Tulungagung adalah faktor produksi, industri terkait, dan industri pendukung.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda Kab.Tulungagung, (2001), **Data Pokok Fakta dan Analisa** Kabupaten Tulungagung
- Budiarto dan Ciptono, (1997), **Pemasaran Internasional, Edisi Pertama**, BPFE, Yogyakarta
- Dhani Viadi Robbyanto, **Analisis Strategi dan Keunggulan Bersaing**, Thesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Gieskes, Hans, (2000), *Competitive Intelligence at Lexis-nexis, Journal Management*, Vol.11.4, USA.
- Jawa Pos, Sabtu, 03 Nov 2007,
- Nopirin, (1993), **Ekonomi Internasional, Edisi 2**, BPFE, Yogyakarta.
- Solimun, (2002), **Multivariate Analysis Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos**, Penerbit Universitas Negeri Malang.
- Suwarsono dan Zuraida, (1998), **Manajemen Pemasaran Global**, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Suhendar Sulaiman (2004), **Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dalam Menghadapi Pasar Regional dan Global**, Infokop Nomor 25 Tahun XX, 2004

Studi Lapangan Kewirausahaan (2006), Laporan **Studi Lapangan Usaha Kecil Pengrajin Batu Marmer – Onix Pada Perusahaan Mutiara Onix, Di Kabupaten Tulungagung**. Mata Kuliah Kewirausahaan.

Suryana, 2003, **Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses**, Edisi Revisi, Salemba Empat, Jakarta.