

**TANGGAPAN PENGRAJIN KAIN TENUN SONGKE MENGENAI
KESESUAIAN ATRIBUT PRODUK YANG DIHASILKAN
DENGAN PERMINTAAN PASAR ANTARA KABUPATEN
MANGGARAI TIMUR DAN KABUPATEN MANGGARAI
BARAT DI PROPINSI NUSA TENGGARA TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



Oleh :

MARCELINUS F. JEMADA

NIM. 990810101039

**ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2005**

JUDUL SKRIPSI

TANGGAPAN PENGRAJIN KAIN TENUN SONGKE MENGENAI KESESUAIAN
ATRIBUT PRODUK YANG DIHASILKAN DENGAN PERMINTAAN PASAR
ANTARA KABUPATEN MANGGARAI TIMUR DAN KABUPATEN
MANGGARAI BARAT PROPINSI NUSA TENGGARA TIMUR

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : MARSELINUS FIDALLIN JEMADA

N. I. M. : 990810101039

J u r u s a n : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

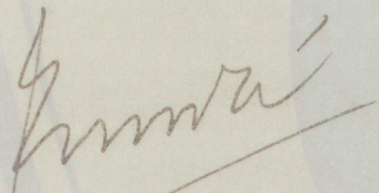
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

14 MEI 2005

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

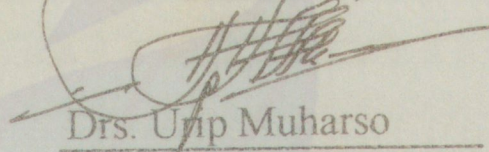
Susunan Panitia Penguji

Ketua,



Dr. M. Fathurrozi, M.Si
NIP. 131 877 451

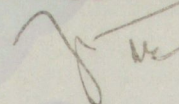
Sekretaris,



Drs. Urip Muharso

NIP. 131 120 333

Anggota,



Dr. H. M. Saleh, M.Sc


NIP. 131 417 212

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,


Dr. H. Sarwedi, MM

NIP. 131 276 658



TANDA PERSETUJUAN

Judul : Tanggapan Pengrajin Kain Tenun Songke
Mengenai Kesesuaian Atribut Produk yang
Dihasilkan dengan Permintaan Pasar antara
Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten
Manggarai Barat Propinsi Nusa Tenggara Timur

Nama Mahasiswa : Marcelinus Fidalin Jemada

Nomor Induk Mahasiswa : 990810101039

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

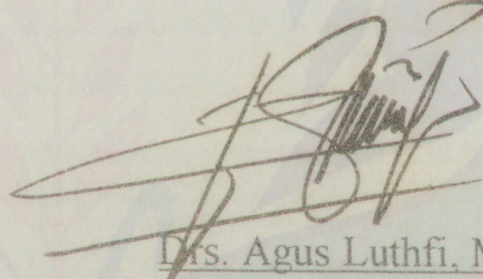
Konsentrasi : Ekonomi Sumber Daya Manusia (ESDM)

Dosen Pembimbing I



Dr. H. M. Saleh, M.Sc.
NIP. 131 417 212

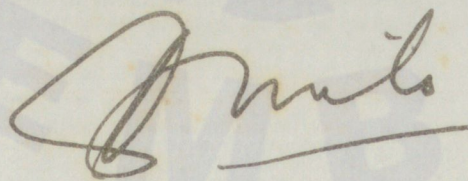
Dosen Pembimbing II



Drs. Agus Luthfi, M.Si.
NIP. 131 877 450

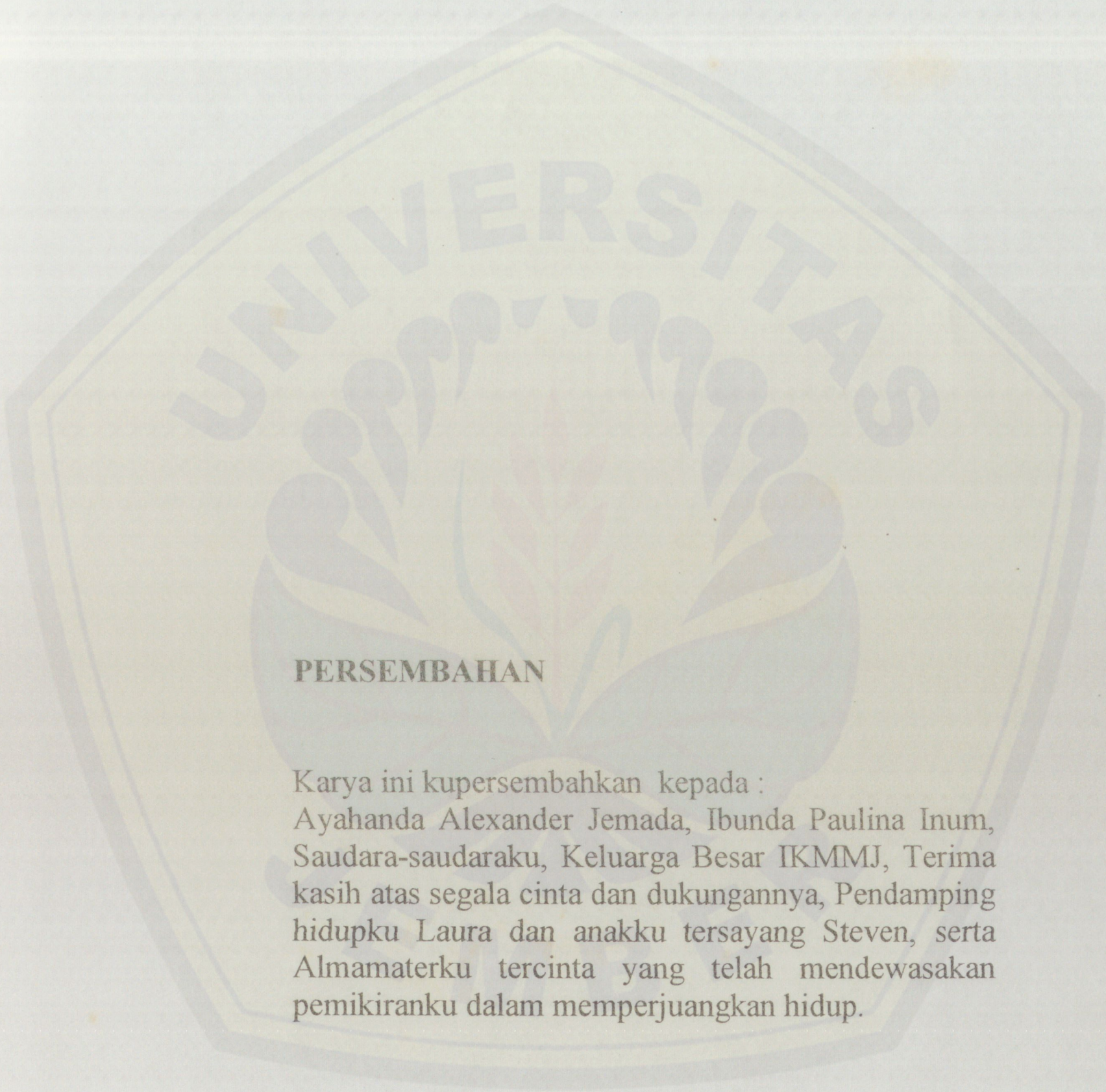
Ketua Jurusan

Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Universitas Jember



Drs. J. Sugiarto, SU.
NIP. 130 610 494

Disetujui : Mei 2005



UNIVERSITAS

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada :
Ayahanda Alexander Jemada, Ibunda Paulina Inum,
Saudara-saudaraku, Keluarga Besar IKMMJ, Terima
kasih atas segala cinta dan dukungannya, Pendamping
hidupku Laura dan anakku tersayang Steven, serta
Almamaterku tercinta yang telah mendewasakan
pemikiranku dalam memperjuangkan hidup.

MOTTO

Anugerah kita yang sesungguhnya sering kita alami dalam bentuk penderitaan, kehilangan, dan kekecewaan; tapi marilah kita bersabar, dan kita akan segera melihatnya dalam bentuknya yang layak.

(Joseph Addison)

Kibarkanlah sebuah kebebasan karena kebebasan adalah pilar warna kreativitas sebuah pemikiran.

(Shakespeare)

"Tuhan adalah penolongku. Aku tidak akan takut"

(Ibrani 13:6)

ABSTRAKSI

Dalam proses keputusan pembelian baik itu berupa barang atau pun jasa, para pemasar haruslah mendalami berbagai pengaruh terhadap para pembeli dan mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Pengaruh tersebut perlu dilakukan dengan berbagai kemungkinan pemasaran yang lebih efektif dan efisien misalnya melalui pengembangan strategi – strategi yang membantu pembeli dalam mempelajari atribut-atribut dari kelas produk tertentu, kepentingan relatifnya, serta yang paling utama adalah merk produk yang sudah dikenal oleh konsumen. Kain tenun songke yang merupakan salah satu produk khas daerah di Kabupaten Manggarai Timur dan Manggarai Barat Propinsi Nusa Tenggara Timur, yang memiliki corak dan fungsi yang beraneka ragam misalnya digunakan dalam upacara – upacara adat, pakaian safari dinas pemerintah daerah, maupun sebagai *souvenir* khas Kabupaten Manggarai, dalam perkembangan selanjutnya belumlah tersedia pengukuran yang lebih rinci tentang perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dengan Kabupaten Manggarai Barat di Propinsi Nusa Tenggara Timur, karena belum tersedia pengukuran yang lebih rinci tentang perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual di daerah tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual di daerah yang telah disebut di atas. Jumlah responden yang digunakan 30 orang, dari 105 orang pengrajin. Pengambilan sampelnya dilakukan secara acak, dan metode pengumpulan data, ya menggunakan kuisioner dan observasi. Alat analisis yang digunakan adalah Uji *Chi Square*.

Dari analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa ada perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat, ini ditunjukkan dengan $X_0^2 = 13.09$ yang lebih besar dari $X^2\alpha = 5.991$. Hipotesis bahwa terdapat perbedaan tanggapan terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat terbukti. Jika ditelaah dengan kondisi saat ini, dimana Kabupaten Manggarai Barat telah termasuk dalam pemekaran wilayah, dan mempunyai letak geografis lebih strategis dibanding Kabupaten Manggarai Timur, seharusnya volume penjualan kain tenun songke lebih dapat ditingkatkan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan YME. Atas rahmat dan berkat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyempurnaan skripsi ini telah banyak pihak yang membantu dan membimbing. Untuk itu dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

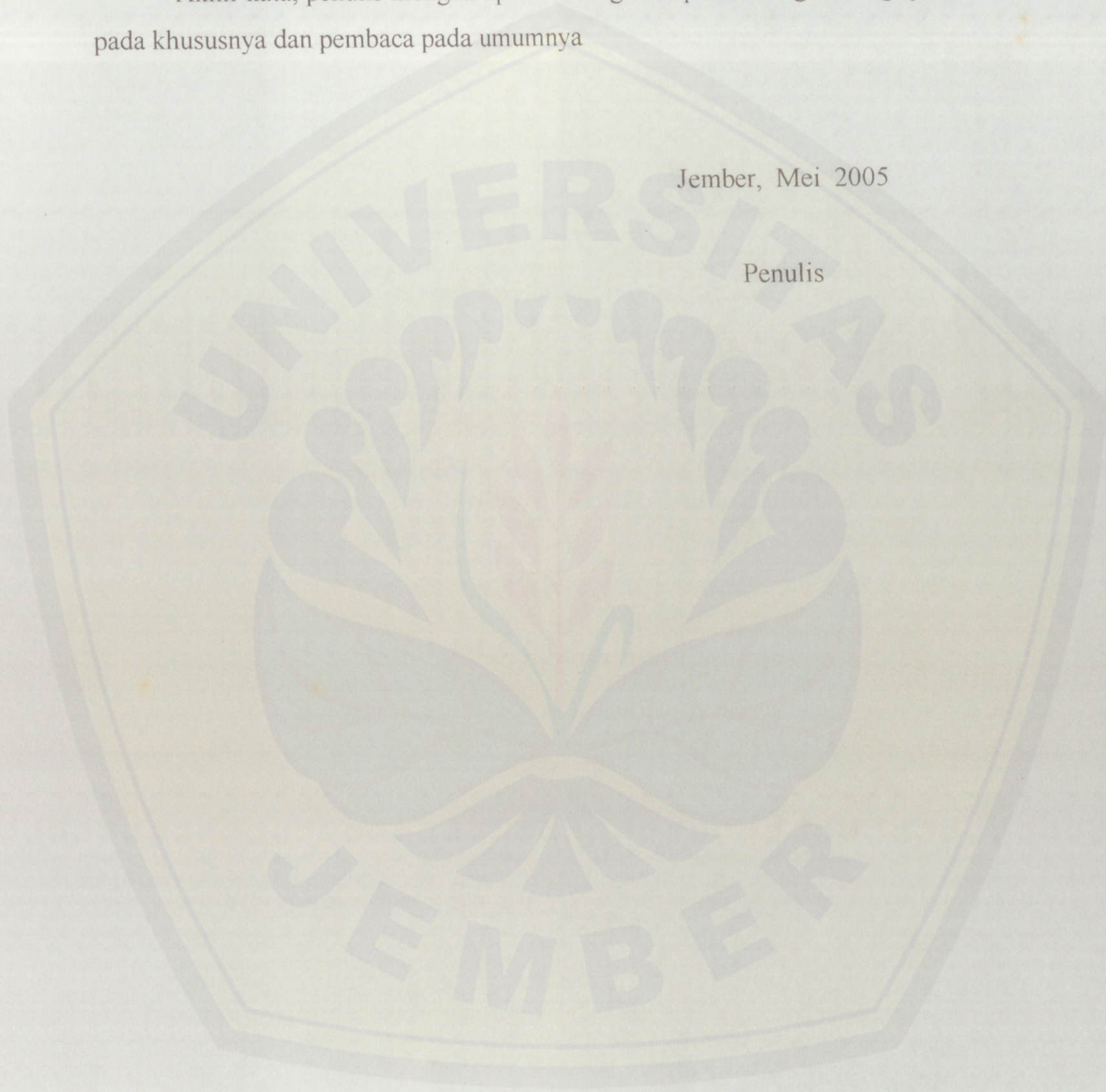
1. Bapak Dr.H.M.Saleh, M.Sc. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Drs.Agus Lutfi, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah dengan seksama dan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan motivasi serta saran dan kritik yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sarwedi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
5. Kepala Badan Statistik Kabupaten Manggarai dan Staf atas bantuan data dalam penulisan ini.
6. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Staf atas bantuan data dalam penulisan Skripsi ini.
7. Para Pengrajin Kain Tenun Songke atas partisipasinya.
8. Bapak Alexander Jemada, Ibu Paulina Inum, Kakakku (Vonny, Erik), Adikku (Yanti, Ari, Heti, Dion, Donald, Helmi, Lina, Santi, Dina, Voni, dan Prim).
9. Istriku Laura dan anakku Steven tercinta, terima kasih atas dukungan dan doanya.
10. Teman-temanku Jurusan IESP Fakultas Ekonomi Universitas Jember (Aay, Anam, Hendrik, Budi, Danar, Yeni, Desi, dan semua yang tidak bisa disebut satu persatu), terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
11. Teman-temanku IKMMJ (Yanti, Doni, Reno, Rano, Tuti, Ardi, Jack, Irma, Heldy, Yeni, Hesti, Pono, Hadi, Lukman, dan Dedi), terima kasih atas dukungannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu dengan senang hati dan tangan terbuka penulis menerima kritik maupun saran yang berguna untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini berguna bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya

Jember, Mei 2005

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Landasan Teori	4
2.1.1 Teori Preferensi	4
2.1.2 Teori Penawaran	5
2.1.3 Pengertian Harga	9
2.1.4 Pengertian Produk	11
2.1.5 Teori Volume Penjualan	11
2.1.6 Teori Produksi	14
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	17
2.3 Hipotesis	17

III METODE PENELITIAN	18
3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Metode Pengambilan Sampel	18
3.3 Metode Pengumpulan Data	18
3.4 Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya	19
3.4 Metode Analisis Data	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	21
4.2 Karakteristik Responden	30
4.3 Hasil Penelitian	32
4.4 Pembahasan	33
4.4.1 Verifikasi Terhadap Penelitian Terdahulu	33
4.3.2 Verifikasi Terhadap Teori yang Digunakan	34
V KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
4.1	Jumlah Kecamatan dan Luas Wilayah Kabupaten Manggarai Tahun 2003	21
4.2	Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Manggarai Menurut Kecamatan Tahun 2003	22
4.3	Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Manggarai Menurut Jenis Kelamin Tahun 2003	23
4.4	Jumlah Penduduk menurut Tingkat Umur Kabupaten Manggarai Tahun 2003	24
4.5	Jumlah Penduduk Menurut Lapangan Kerja Utama Kabupaten Manggarai Dalam Persentase (%)	25
4.6	Daftar Komulatif Industri Kecil Formal dan Non Formal Kabupaten Manggarai Tahun 2003	27
4.7	Aneka Industri Kecil Kabupaten Manggarai Tahun 2003	28
4.8	Jumlah Tenaga Kerja Industri Kecil Kabupaten Manggarai Tahun 2003.....	29
4.9	Tanggapan responden terhadap harga kain tenun songke	30
4.10	Tanggapan responden terhadap variasi produk kain tenun songke	31
4.11	Tanggapan responden terhadap Volume penjualan kain tenun songke	32

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
2.1	Kurva preferensi	4
2.2	Kurva Penawaran	6
2.3	Pergeseran Kurva Penawaran	7
2.4	Pergeseran Kurva Permintaan	8
2.5	Pergeseran Kurva Penawaran	9
2.6	Kemungkinan Produksi	16
3.1	Kurva Chi-Square	20
4.1.	Kurva Chi-Square	33

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul
1.	Kuisisioner
2.	Kuisisioner
3.	Rekapitulasi Jawaban Responden
4.	Tabulasi Tanggapan Pengrajin Tentang Penjualan Kain Tenun Songke
5.	Perhitungan dan Analisis <i>Uji Chi Square</i>

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam proses keputusan pembelian baik itu berupa barang atau pun jasa, para pemasar haruslah mendalami berbagai pengaruh terhadap para pembeli dan mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Pengaruh tersebut perlu dilakukan dengan berbagai kemungkinan pemasaran yang lebih efektif dan efisien misalnya melalui pengembangan strategi – strategi yang membantu pembeli dalam mempelajari atribut-atribut dari kelas produk tertentu, kepentingan relatifnya, serta yang paling utama adalah merk produk yang sudah dikenal oleh konsumen. Salah satu contoh konkrit adalah melalui perbedaan keistimewaan produk tertentu baik berupa rasa, bentuk, pelayanan penjualan, maupun garansi purna jual. Dengan demikian konsumen dapat dipengaruhi pola pikirnya serta pengambilan keputusan sebelum membeli dan menggunakan suatu produk tertentu.

Dalam perekonomian, pembeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi merupakan tahap akhir dimana perekonomian diatur. Karena itu, sebelum merencanakan pemasarannya, suatu perusahaan perlu mengidentifikasi konsumen sasarannya dan proses keputusan pembelian konsumen tersebut. Disinilah tugas utama pemasar dalam memasarkan produknya yaitu mengidentifikasi pembeli, menentukan kriteria pembeli, serta menentukan pengaruh yang akan ditimbulkan oleh pembelian suatu produk tertentu. Karena itu, pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam penjualan merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang keberhasilan penjualan. Philip Kotler (1995 : 228), mengemukakan beberapa tahap yang mempengaruhi proses keputusan pembelian antara lain mengenai pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Pertimbangan utama pengenalan tahap – tahap tersebut pada dasarnya

bertolak dari adanya keyakinan bahwa konsumen akan melalui setiap tahap – tahap tersebut sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk tertentu.

Demikian pula dengan Kain tenun songke yang merupakan salah satu produk khas daerah di Kabupaten Manggarai Timur dan Manggarai Barat Propinsi Nusa Tenggara Timur yang memiliki corak dan fungsi yang beraneka ragam misalnya digunakan dalam upacara – upacara adat, pakaian safari dinas pemerintah daerah, maupun sebagai *souvenir* khas Kabupaten Manggarai. Dalam perkembangan selanjutnya belumlah tersedia pengukuran yang lebih rinci perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat di Propinsi Nusa Tenggara Timur.

Pengukuran yang dimaksud di atas pada dasarnya belum memiliki ukuran yang baku terutama dalam hal pengorganisasian harga maupun pemasaran hasil produksi kain tenun songke di Kabupaten Manggarai. Dasar pertimbangan yang digunakan adalah bahwa usaha pembuatan kain tenun songke di Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat masih merupakan usaha sambilan ibu – ibu rumah tangga yang belum dikelola secara profesional sehingga jangankan berbicara mengenai kualitas, proses pemasarannya pun cenderung bersifat *door to door*, bahan baku serta pengolahan secara tradisional, dan yang paling utama adalah usaha pembuatan kain tenun songke belum mampu mengangkat derajat perekonomian atau meningkatkan pendapatan masyarakat kecil secara optimal yang mana sebagian besarnya bermata pencaharian di bidang pertanian. Dengan demikian, dengan adanya suatu hasil penelitian mengenai perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dengan Kabupaten Manggarai Barat Propinsi Nusa Tenggara Timur diharapkan dapat menjadi alat ukur penetapan kebijakan pemerintah Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai barat guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat pengrajin tenun kain songke.

Guna pemahaman lebih lanjut mengenai perbedaan tanggapan tersebut, maka judul penelitian ini adalah “*Tanggapan Pengrajin Kain Tenun Songke*

Mengenai Kesesuaian Atribut Produk yang dihasilkan dengan Permintaan Pasar antara Kabupaten Manggarai Timur dengan Kabupaten Manggarai Barat di Propinsi Nusa Tenggara Timur.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian singkat pada latar belakang permasalahan tersebut, maka dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut : apakah terdapat perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dengan Kabupaten Manggarai Barat di Propinsi Nusa Tenggara Timur.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dengan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dengan Kabupaten Manggarai Barat di Propinsi Nusa Tenggara Timur.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Sebagai input dalam pertimbangan pengambilan keputusan pada masa yang akan datang, khususnya dalam bidang pemasaran, yang dapat dipakai sebagai acuan dalam menghadapi permasalahan pemasaran yang merupakan penghalang pencapaian tujuan perusahaan.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dan instansi terkait dalam menentukan kebijakan yang terkait dengan perpajakan guna meningkatkan pendapatan daerah yang bersumber dari pajak penjualan.
3. Sebagai bahan masukan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

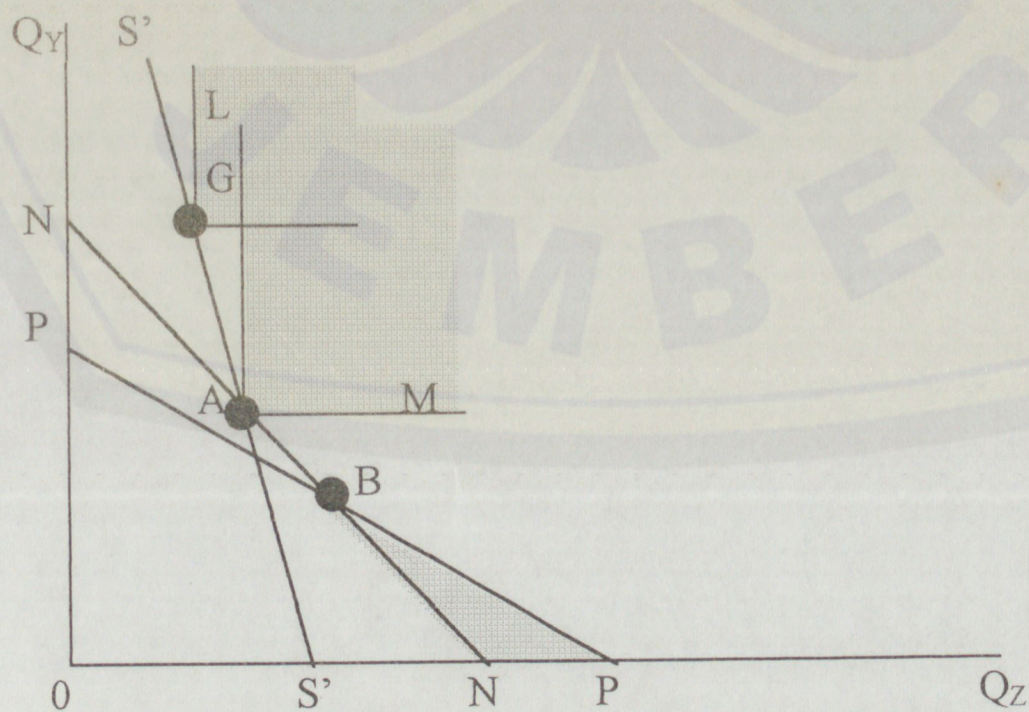
2.1 Landasan Teori

2.2.1 Teori Preferensi

Menurut Salvatore (1989 : 126) preferensi konsumen dapat disimpulkan (dan kurva kepuasan samanya diperoleh) dari sejumlah pengamatan yang cukup atas pilihan ataupun pembelian di pasar, tanpa keinginan apapun untuk menyelidiki preferensi individu secara langsung. Misalnya, jika seorang konsumen diamati pada waktu membeli kombinasi A dan bukan kombinasi B, dan A tidak lebih murah daripada B, maka untuk konsumen ini, A lebih disukai daripada B.

Asumsi – asumsi yang digunakan pada teori preferensi sebagai berikut :

1. Cita rasa individu tidak berubah selama periode tertentu
2. Terdapat konsistensi; yaitu jika konsumen yang diamati lebih menyukai kombinasi A daripada kombinasi B, maka konsumen ini tidak akan pernah lebih menyukai B daripada A.
3. Terdapat transitivitas; yaitu jika A lebih disukai daripada B dan B lebih disukai daripada C, maka A lebih disukai daripada C.
4. Akhirnya, konsumen dapat didorong untuk membeli kombinasi barang yang manapun jika harganya dibuat cukup menarik.



Gambar 2.1 Kurva preferensi (Salvatore, 1989 : 126)

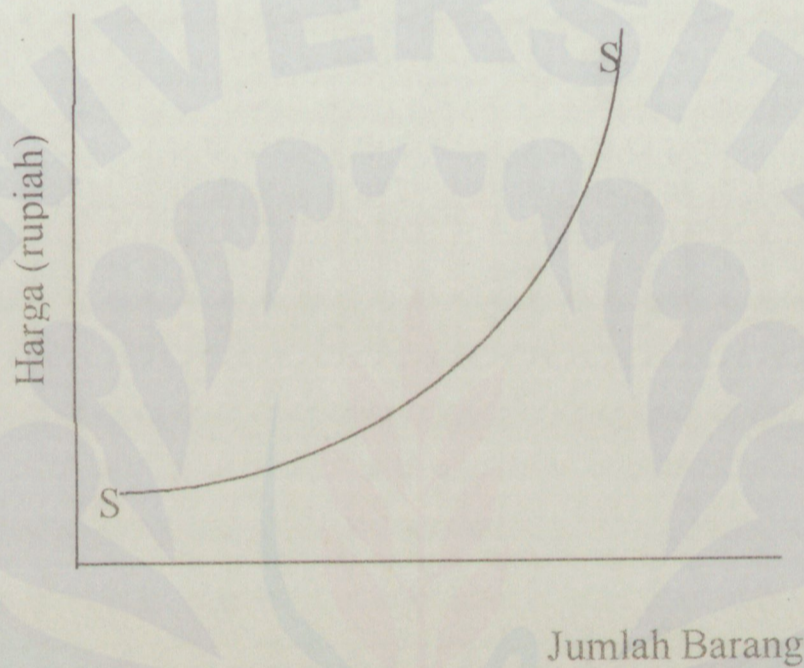
Gambar 2.1 di atas menunjukkan bagaimana kurva kepuasan sama seorang konsumen dapat diperoleh melalui preferensi yang diungkapkan. Misalkan bahwa konsumen yang diamati itu berada di titik A pada garis anggaran NN (sama seperti titik E pada KL) maka, A lebih menyukai titik manapun didalam atau pada NN. Dilain pihak, titik diatas dan atau sebelah kanan A adalah lebih disukai daripada A karena mencakup jumlah Q dan atau Y yang lebih banyak. Jadi kurva kepuasan sama konsumen tersebut pasti berada di atas NN, kecuali di titik A dimana kurva itu bersinggungan dengan NN, dan sebelah kiri dan di bawah bidang yang berwarna hitam LAM. Kurva kepuasan sama yang demikian pasti mempunyai kemiringan negatif dan cembung terhadap titik nol. Untuk menentukan kurva kepuasan sama tersebut secara lebih tepat, kita dapat menghitung bagian bawah dari daerah yang tidak memenuhi (zone of ignorance) dengan menunjukkan bahwa konsumen itu dapat didorong untuk membeli kombinasi B pada NN jika P_x/P_y turun secara cukup, misalnya ke PP. maka, setiap titik pada PP akan lebih tidak disukai daripada B yang lebih dari pada A. Dengan demikian kita menghapuskan bidang NBP dari bagian bawah daerah yang tidak memenuhi. Pada pihak lain garis anggaran $S'S'$ melalui titik A menunjukkan pendapatan riil yang sama pada titik A, akan tetapi karena P_x/P_y lebih tinggi dari pada di titik A, maka konsumen itu akan membeli lebih sedikit Q dan lebih banyak Y, seperti pada titik G maka, semua kombinasi dalam bidang yang berwarna gelap di atas dan sebelah kanan G, lebih disukai dari pada A. jadi kita menghapuskan sebagian bidang sebelah dari daerah yang tidak memenuhi. Proses ini dapat diulang berkali-kali sehingga lokasi kurva kepuasan sama dapat ditunjukkan secara tepat.

2.2.2 Teori Penawaran

Konsep penawaran digunakan untuk menunjukan keinginan para penjual (produsen) di suatu pasar. Jumlah barang yang ditawarkan seorang penjual berhubungan dengan banyak faktor. Diantaranya : harga barang itu sendiri, harapan akan masa datang, harga barang-barang lain, ongkos produksi, tujuan usaha dari perusahaan tersebut dan tingkat teknologi yang digunakan.

Para penjual akan memilih jumlah barang yang ditawarkan yang dapat memaksimalkan laba mereka. Para penjual harus bersedia dan mampu untuk menyediakan jumlah barang tersebut yang ditunjukkan fungsi penawarannya.

Fungsi penawaran adalah suatu kurva atau skedul yang menunjukkan hubungan antara kuantitas suatu barang yang ditawarkan pada berbagai tingkat harga, *ceteris paribus*. Sepanjang suatu kurva penawaran hanya harga dan kuantitas yang ditawarkan yang berubah-ubah.



Gambar 2.2 Kurva Penawaran (Sumarsono 2002 ; 12)

Hukum penawaran yaitu jika harga naik, kuantitas yang ditawarkan semakin meningkat. Hubungan antara harga dan kuantitas yang ditawarkan adalah searah (positif). Makin tinggi harga suatu barang, makin banyak jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh penjual, sebaliknya makin rendah harga suatu barang makin sedikit jumlah barang yang ditawarkan penjual.

Kurva penawaran bergeser jika salah satu atau lebih dari variable yang dianggap konstan didalam fungsi penawaran berubah. Arah pergeseran ke kiri atau ke kanan tergantung kepada hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan variabel-variabel yang berubah.

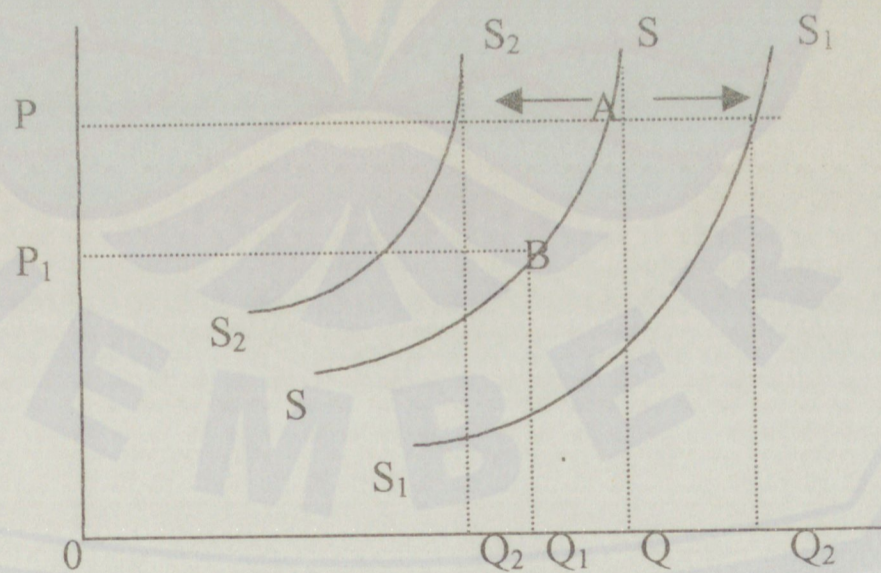
Dalam pergeseran fungsi penawaran dibedakan :

1. Gerakan sepanjang kurva penawaran

Berlakunya perubahan harga menimbulkan gerakan sepanjang kurva penawaran. Harga sebesar P barang yang ditawarkan sebanyak Q (titik A). apabila harga turun menjadi sebesar P_1 maka barang yang ditawarkan berkurang menjadi sebanyak Q_1 (titik B).

2. Pergeseran kurva penawaran

Perubahan dalam jumlah yang ditawarkan dapat pula sebagai akibat pertambahan penawaran dengan asumsi harga tetap. Pergeseran dari SS menjadi S_1S_1 (ke kanan) menggambarkan pertambahan penawaran dengan kondisi harga tetap maka barang yang ditawarkan bertambah dari Q menjadi Q_2 . Pergeseran ini disebabkan karena adanya perubahan teknologi akan menyebabkan lebih efisien. Sedangkan pergeseran dari SS menjadi S_2S_2 (kekiri) menggambarkan pengurangan jumlah barang yang ditawarkan. Pada keadaan harga tetap barang yang ditawarkan berkurang dari Q menjadi Q_3 . pergeseran ini disebabkan karena kenaikan harga input maka untuk menekan kerugian barang yang dijual semakin sedikit (lihat gambar 2.3).



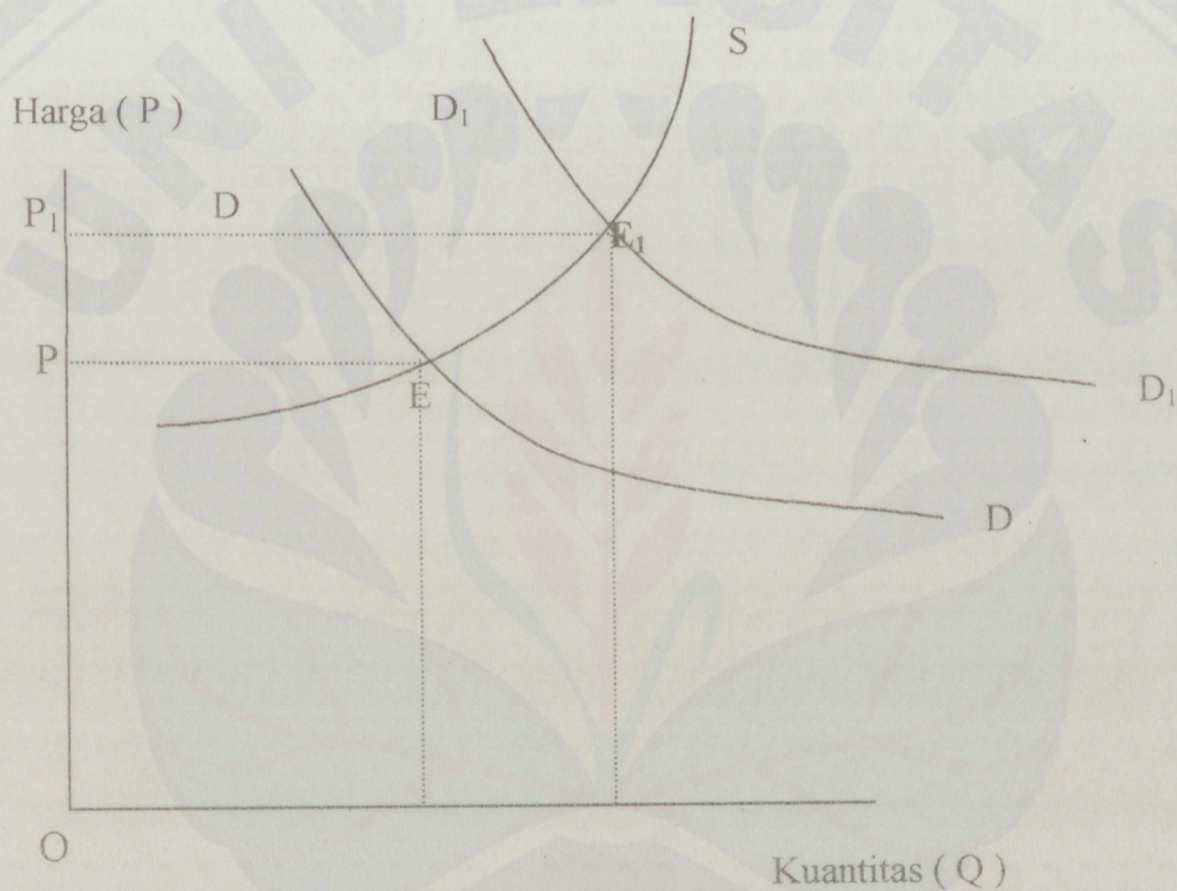
Gambar 2.3 Pergeseran Kurva Penawaran (Surmasono 2002 ; 14)

Kurve penawaran pasar menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan penjual (produsen) disuatu pasar pada berbagai tingkat harga,

ceteris paribus. Penjumlahan penawaran perorangan akan menghasilkan kurva penawaran pasar.

3) Pengaruh perubahan permintaan dan penawaran kepada keseimbangan

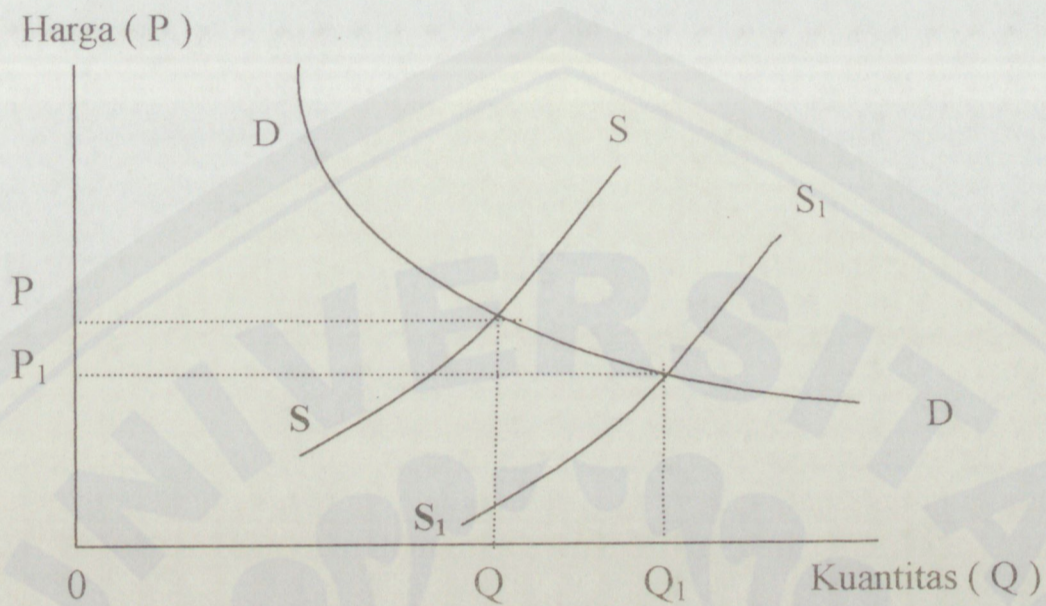
Menurut Sukirno (1985 : 67), perubahan - perubahan kepada faktor harga yang mempengaruhi permintaan atau penawaran akan menimbulkan perubahan dalam keadaan equilibrium. Untuk melihat bagaimana tiap perubahan tersebut mempengaruhi equilibrium, maka akan dijelaskan pada gambar 2.4) sebagai berikut :



Gambar 2.4 Pergeseran Kurva Permintaan (Sukirno 1994 ; 95)

Gambar 2.4 menunjukkan dua macam perubahan yaitu pergeseran kurva permintaan dan pergeseran kurva penawaran ke sebelah kanan. Dalam keadaan normal, kurva permintaan berada pada posisi D dengan equilibrium di titik E. Ketika terjadi peningkatan harga P dari P ke P_1 dan Kuantitas dari Q ke Q_1 , maka kurva keseimbangan akan bergeser ke D_1 dengan equilibrium di titik E_1 . Dengan kata lain, berlaku pertambahan permintaan.

Sedangkan jika terjadi pengurangan jumlah barang yang diperjualbelikan, maka kurvanya dapat dilihat pada gambar 2.5 sebagai berikut:



Gambar 2.5 Pergeseran Kurva Penawaran (Sukirno 1994 ; 94)

Dalam keadaan tersebut, menunjukkan bahwa kurva penawaran bergeser dari SS menjadi S₁ S₁ dan perubahan ini berarti bahwa penawaran telah bertambah. Kenaikan penawaran ini menyebabkan keadaan equilibrium bergeser dari E ke E₁ dan berarti harga turun dari P menjadi P₁, sedangkan jumlah yang ditawarkan bertambah dari Q menjadi Q₁.

2.2.3 Pengertian Harga

Sukirno (1994 : 83) harga memiliki kaitan yang erat dengan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran seseorang kepada atau sesuatu masyarakat terhadap sesuatu barang ditentukan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor harga itu sendiri. Hukum permintaan adalah makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan atas barang tersebut; sebaliknya makin tinggi harga sesuatu barang, makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Sedangkan hukum penawaran adalah makin tinggi harga suatu barang, makin banyak jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan oleh para penjual;

sebaliknya makin rendah harga sesuatu barang, makin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh para penjual.

Swastha (1996 : 146) mengatakan harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasar. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi peningkatan pendapatan perusahaan dan keuntungan bersih. Disamping itu apabila harga suatu barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan yang diukur kedalam nilai rupiah sehingga dapat menciptakan langganan. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari pesaing sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi barang dalam pemasaran. Faktor-faktor penentuan harga (Sufyanto 2002 : 58) adalah sebagai berikut:

1. Penjual dalam hal membuat sebuah keputusan menyangkut penetapan harga adalah biaya produk, tujuan – tujuan perusahaan, tekanan dari pihak pesaing, serta lingkungan ekonomi sangat mempengaruhi harga apalagi tingkat harga sangat bergantung pada produk itu sendiri.
2. Biaya produk sebuah perusahaan dalam kondisi normal, penjual tidak akan menjual produknya dibawah biaya produksinya.
3. Untuk mencapai sasaran perusahaan dalam meningkatkan penjualan yang lebih besar dari terget pendapatannya harus didasari dengan penetapan harga serendah mungkin, artinya desainnya harus mampu menarik segmen pasar yang lebih kecil dan tidak terlalu peka terhadap harga.
4. Persaingan, semakin intensifnya persaingan maka semakin banyak perhatian yang dicurahkan oleh perusahaan untuk menyusun penentuan harga dimana semakin besar persamaan suatu perusahaan dengan produk pihak saingannya, maka yang menjadi pedoman adalah pada harga dalam menjual hasil produksinya.

2.2.4 Pengertian Produk

Menurut Kotler (1997 : 9) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menawarkan kebutuhan atau keinginan. Sedangkan menurut Moekijat (1997 : 42) produk merupakan sesuatu yang dipandang mampu untuk memenuhi suatu kebutuhan atau suatu keinginan. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan, atau dikombinasikan yang dapat memenuhi suatu keinginan dan kebutuhan. Selanjutnya dapat dirumuskan bahwa produk dapat dibedakan atau diklasifikasikan kedalam beberapa macam yaitu barang konsumsi yaitu barang yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikombinasikan dengan barang pribadi dengan barang industri yaitu barang yang dibeli untuk diolah kembali.

Pengembangan sebuah produk mengharuskan sebuah perusahaan menetapkan manfaat- manfaat apa saja yang akan diberikan oleh produk tersebut. Manfaat tersebut kemudian dikombinasikan dan dipenuhi oleh mutu, ciri, dan desain produk. Mutu produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, sedangkan ciri produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan sebuah produk perusahaan dengan produk pesaing, serta desain produk dapat mengembangkan kegunaan atau manfaat produk serta coraknya. Jadi sesuatu produk tidak hanya menampilkan apa yang diperhatikan, tetapi juga kemudahan, keamanan, tidak mahal, murah, sederhana, dan ekonomis dalam produksi atau distribusi.

2.2.5 Teori Volume Penjualan

Volume penjualan biasanya selalu dikaitkan dengan kuantitas atau jumlah penjualan yang telah dilakukan oleh suatu jenis usaha tertentu. Karena berhubungan dengan kuantitas, maka volume penjualan ini berhubungan juga dengan konsep – konsep biaya.

Pendapatan bersih yang diterima merupakan pendapatan setelah dikurangi dengan biaya dan pengeluaran. Menurut Winardi (1988 : 32) biaya atau *cost* diartikan sebagai berikut :

- a. Dalam bidang pembukuan, *cost* dapat diartikan sebagai pengeluaran atau kewajiban – kewajiban yang timbul dalam hal memproduksi barang dan jasa.
- b. Dalam ilmu ekonomi, *cost* merupakan nilai – nilai dari faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa.

Dalam hal ini, biaya (*cost*) yang digunakan ekonomi teoritik merupakan pembiayaan total yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk modal, tanah, tenaga kerja, dan didalamnya termasuk manajemen. Pembayaran tersebut dilakukan dalam bentuk bunga modal, sewa tanah, upah, dan gaji.

Biaya itu sendiri terbagi menjadi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*Variable Cost*), dan biaya total (*total cost*) itu sendiri adalah penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel.

Menurut Sumarsono (2002 : 94) memberi defenisi tentang biaya sebagai berikut :

- a. Fixed Cost (FC) adalah biaya yang tetap yang harus dikeluarkan walaupun perusahaan tidak memproduksi. Ongkos tetap merupakan ongkos setiap unit waktu untuk pembelian input tetap. Misalnya : gaji pegawai, biaya pembuatan gedung, pembelian mesin-mesin, sewa tanah, dan lain-lain.
- b. Variabel Cost (VC) adalah biaya yang dikeluarkan apabila memproduksi dan besar-kecilnya tergantung pada banyak sedikitnya barang yang diproduksi. Semakin banyak barang yang diproduksi biaya variabelnya semakin besar begitu juga sebaliknya. Misalnya biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan dasar produksi, upah buruh, dan lain-lain.

Sedangkan menurut Sukirno (1985 : 164) memberikan definisi tentang biaya sebagai berikut :

- a. Biaya Total (*Total Cost*) merupakan keseluruhan jumlah ongkos produksi yang dikeluarkan dan dirumuskan :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TFC = *Total Fixed Cost* (Total biaya tetap) merupakan keseluruhan ongkos yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang tidak dapat

diubah jumlahnya misalnya pembelian mesin produksi, atau mendirikan bangunan pabrik.

TVC = *Total Variable Cost* (Biaya variabel total) merupakan keseluruhan ongkos yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya misalnya biaya tenaga kerja.

- b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*) merupakan total Rupiah yang harus dikeluarkan oleh perusahaan walaupun tidak memproduksi. Biaya tetap tidak dipengaruhi oleh kuantitas output,
- c. Biaya Variabel (*Variable Cost*) merupakan biaya yang bervariasi sesuai dengan perubahan tingkat output termasuk biaya bahan baku, biaya gaji, dan biaya bahan bakar dan juga termasuk semua biaya yang tidak tetap.

Lain halnya Sukirno (1985 : 166) yang memberikan pengertian bahwa

- a. *Total Fixed Cost* (TFC) adalah keseluruhan ongkos yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya. Misalnya membeli mesin, mendirikan pabrik.
- b. *Total Variable Cost* (TVC) adalah keseluruhan ongkos yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang diubah jumlahnya. Misalnya tenaga kerja.

Selain pembahasan mengenai biaya tetap dan biaya variabel, Sukirno (1985 166) lebih lanjut memberikan beberapa pengertian mengenai biaya rata - rata antara lain sebagai berikut :

- a. Ongkos tetap rata - rata (*Average Fixed Cost*) atau AFC yaitu apabila ongkos tetap (FC) untuk memproduksi sejumlah barang (Q) tertentu dibagi dengan jumlah produksi itu sendiri dan dirumuskan:

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

- b. Ongkos berubah rata - rata (*Average Variable Cost*) atau AVC merupakan ongkos berubah total (TVC) untuk memproduksi sejumlah barang (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut dan dirumuskan :

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

- c. Ongkos rata - rata (*Average Cost*) atau AC merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi sejumlah barang tertentu (Q) dibagi dengan jumlah produksi itu sendiri dan dirumuskan :

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

$$\text{atau } AC = AFC + AVC$$

- d. Ongkos Marjinal (*Marginal Cost*) atau MC merupakan kenaikan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah produksi sebanyak satu unit dan dirumuskan :

$$MC_n = TC_n - TC_{n-1}$$

Dimana MC_n merupakan biaya marjinal produksi ke-n, TC_n merupakan biaya total ke-n, serta TC_{n-1} adalah biaya total pada waktu jumlah produksi dikurangi satu (n-1).

2.2.6 Teori Produksi

Produksi diartikan sebagai penggunaan atau pemanfaatan sumber dana yang mengubah suatu komoditi menjadi komoditi yang lain yang sama sekali berbeda. Istilah produksi berlaku untuk barang dan jasa karena istilah komoditi memang mengacu pada barang dan jasa. Bahkan sebenarnya perbedaan barang dan jasa sangat tipis, keduanya sama – sama dihasilkan dengan mengarahkan modal dan tenaga kerja.

Produksi merupakan konsep arus (*Flow concept*) yaitu produksi merupakan kegiatan yang diukur sebagai tingkat output perunit periode atau waktu. Sedangkan kegiatannya sendiri sering diasumsikan konstan kualitasnya. Jadi bila kita berbicara mengenai peningkatan produksi itu berarti peningkatan tingkat output dengan mengasumsikan faktor–faktor lain yang berpengaruh tidak berubah sama sekali atau konstan.

Fungsi produksi menunjukkan sifat berkaitan antara faktor – faktor produksi dengan tingkat produksi yang diciptakan. Teori produksi yang sederhana menggambarkan tentang kaitan di antara tingkat produksi suatu barang dengan

jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan berbagai tingkat barang tersebut.

Jadi output yang dihasilkan pada teknik produksi yang dipakai sehingga input yang tetap dengan menggunakan teknik yang lebih efisien akan menghasilkan output yang maksimal.

Input atau faktor produksi yang biasa digunakan adalah meliputi bakat manajerial, semangat kewirausahaan, dan keberanian mengambil resiko, bahan – bahan mentah, berbagai macam keterampilan tenaga kerja, mesin – mesin, modal, peralatan, dan sebagainya.

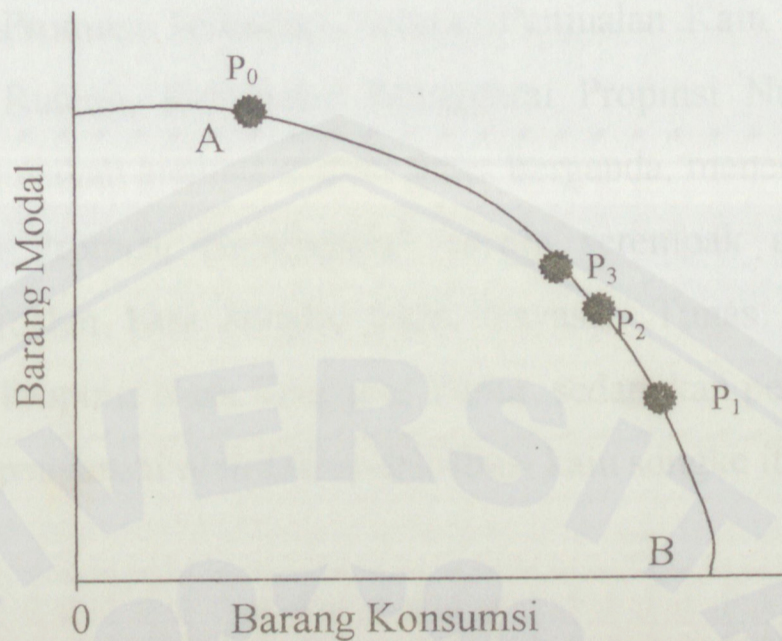
Suatu hal yang tidak pernah lepas dari teori produksi adalah hukum hasil yang semakin berkurang untuk menyatakan bahwa :

“ Apabila faktor produksi dapat diubah jumlahnya (tenaga kerja) terus menerus sebanyak satu unit pada mula produksi total akan semakin banyak pertambahannya. Tetapi sesudah mencapai tingkat tertentu, produksi akan berkurang dan akhirnya mencapai nilai negatif dan ini menyebabkan pertambahan produksi total semakin lambat dan mencapai tingkat yang maksimum dan kemudian menurun” (Sukirno 1985 : 195). Lebih lanjut Sukirno menjelaskan bahwa :

Dalam menerangkan batas kemungkinan produksi dan kurva kemungkinan produksi perlu digunakan beberapa pemisalan sederhana antara lain :

- a. Perekonomian mencapai tingkat penggunaan tenaga kerja penuh yaitu semua tenaga kerja yang tersedia dipekerjakan dan kapasitas alat - alat produksi sepenuhnya dipergunakan untuk mencapai nilai yang paling maksimum.
- b. Jumlah faktor produksi tidak dapat ditambah, tetapi gabungan penggunaannya boleh diubah - ubah sehingga dapat menghasilkan barang yang sesuai dengan keinginan masyarakat.
- c. Tingkat teknologi tidak mengalami perubahan sehingga produktivitas berbagai tingkat produksi adalah tetap.
- d. Dalam perekonomian hanya dapat dihasilkan dua jenis barang yaitu barang industri dan barang pertanian.

Adapun kurva kemungkinan produksi menurut Sukirno (1985 : 23) dapat dilihat pada gambar 2.6 sebagai berikut :



Gambar 2.6 Kemungkinan Produksi (Sukirno 1985 : 23)

Gambar 2.6 menerangkan misalnya barang yang akan diproduksi adalah barang modal dan barang konsumsi. Masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan yang ditunjukkan oleh titik - titik dalam kurva. Gabungan produksi barang konsumsi dan barang modal seperti yang ditunjukkan oleh titik P_0 adalah salah satu pilihan yang mungkin untuk dilakukan. Gabungan barang yaitu P_1 , P_2 , dan P_3 adalah beberapa pilihan lainnya. Dalam contoh ini, gabungan barang yang ditunjukkan oleh titik P_0 adalah kurang realistik karena keadaan tersebut menunjukkan bahwa produksi barang modal akan lebih banyak daripada barang konsumsi. Keadaan yang biasanya berlaku adalah produksi barang konsumsi adalah lebih banyak dari barang modal. Akibatnya pilihan yang lebih sesuai untuk dilakukan adalah produksi barang konsumsi dititik P_3 , P_2 , dan P_1 .

Oleh karena itu, dalam usaha untuk mencapai kebutuhan, semua orang berjuang untuk memanfaatkan sumber – sumber ekonomi yang dimilikinya. Semangat untuk mencapai kebutuhan ekonomi tersedia dalam jumlah yang terbatas, maka akibatnya tidak semua kebutuhan baik perorangan maupun secara umum (masyarakat) tidak terpenuhi.

2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Dampuk (2003 : 60) dalam penelitiannya berjudul “ Analisis Pengaruh Faktor Distribusi dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Kain Songke Pada Yayasan Tunas Jaya Ruteng, Kabupaten Manggarai Propinsi Nusa Tenggara Timur “ dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, menemukan bahwa Faktor Distribusi dan Promosi berpengaruh secara serempak atau simultan terhadap volume penjualan kain songke pada Yayasan Tunas Jaya Ruteng, Kabupaten Manggarai Propinsi Nusa Tenggara Timur, sedangkan pengaruh secara parsial lebih banyak dipengaruhi oleh faktor distribusi kain songke itu sendiri.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan bahwa adanya perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat Di Propinsi Nusa Tenggara Timur.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai suatu obyek.

Unit analisis yang diteliti adalah perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat Propinsi Nusa Tenggara Timur.

Populasi dalam penelitian ini adalah 105 pengrajin kain tenun songke di Kabupaten Manggarai. Dengan menggunakan mekanisme penarikan sampel acak sederhana, maka diambil 30 persen dari total populasi sehingga jumlah responden yang diambil sebanyak 30 pengrajin. Dengan perincian Kabupaten Manggarai Timur sebanyak 18 pengrajin dan Kabupaten Manggarai Barat sebanyak 12 pengrajin.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah “*Simple Random Sampling*” dari populasi sebanyak 105 pengrajin kain tenun songke dan diambil 30 pengrajin sebagai responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kuesioner, yaitu merupakan daftar pertanyaan yang berisikan pertanyaan kepada responden.
- b. Teknik Observasi, Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengenali secara langsung tentang fokus penelitian yang dibahas.
- c. Jenis datanya adalah data primer

3.4 Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya

Untuk menghindari salah pengertian dan meluasnya permasalahan, maka diberikan batasan - batasan sebagai berikut :

1. Produk adalah variasi produk dari kain tenun songke seperti topi, tas, stelan jas, sarung, dan lain-lain. Dalam penelitian ini produk diukur berdasarkan tanggapan pengrajin (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju) dari pertanyaan yang ditanyakan dan masing-masing jawaban diberi skors (Sangat Setuju = 5, Setuju = 4, Tidak Setuju = 3).
2. Harga adalah harga dari produk yang telah dihasilkan, yang menggunakan bahan dasar kain tenun songke. Harga diukur berdasarkan tanggapan pengrajin terhadap pertanyaan yang diberikan berupa (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju) kemudian jawaban tersebut diberi skors (Sangat Setuju = 5, Setuju = 4, Tidak Setuju = 3).
3. Penjualan merupakan kegiatan menjual kain tenun songke ke konsumen. Ukuran yang digunakan adalah berdasarkan jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju) kemudian diberi skors (Sangat Setuju = 5, Setuju = 4, Tidak Setuju = 3).

3.5 Metode Analisis Data

Data yang telah terkumpul diuji dengan menggunakan uji *Chi-Square* dimana data yang diperoleh yang dirumuskan sebagai berikut (Supranto, 1988 : 196) :

$$X^2 = \sum \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Keterangan :

n = jumlah responden

n_{ij} = Banyaknya elemen dengan kategori i dari sample j

e_{ij} = Nilai harapan n_{ij}

Adapun rumus untuk pengujian hipotesis digunakan rumus sebagai berikut

$$X^2 \alpha (r - 1) (k - 1)$$

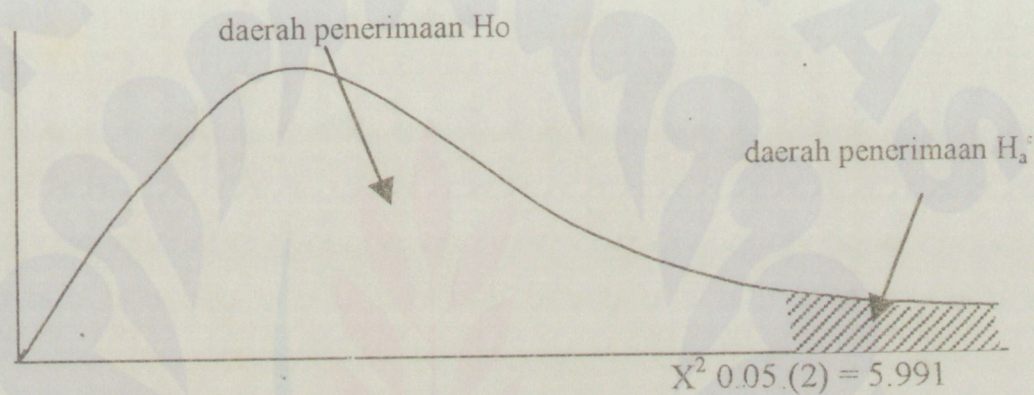
Dengan pengujian hipotesis $H_0 : \mu_1 = \mu_2$ dan $H_a : \mu_1 \neq \mu_2$ serta nilai $\alpha 0.05$.

Rumus hipotesis tersebut diuraikan sebagai berikut :

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ berarti bahwa tidak ada perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat.

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2$ berarti bahwa ada perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat.

Tabel $X^2_{0.05(2)} = 5.991$



Gambar 3.1 Kurva Chi-Square (Supranto, 1988 : 199)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara geografis Kabupaten Manggarai merupakan salah satu dari 12 Kabupaten di Propinsi Nusa Tenggara Timur yang terletak di ujung barat Pulau Flores dan terletak di antara $08^{\circ}.14'$ LS – $09^{\circ}.00'$ LS serta $120^{\circ}.20'$ BT – $102^{\circ}.55'$ BT dengan batas wilayah sebagai berikut :

Timur	: Berbatasan dengan Kabupaten Ngada Bajawa
Barat	: Selat Sape
Utara	: Laut Flores
Selatan	: Laut Sawu.

Secara umum, Kabupaten Manggarai beriklim sub tropis dengan curah hujan sekitar 1748.8 mm per tahun. (BPS Manggarai 2004 : 3).

a. Bagian wilayah menurut jumlah kecamatan dan luas wilayah

Pembagian wilayah dalam kecamatan serta luas wilayah per kecamatan di kabupaten Manggarai dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1 Jumlah Kecamatan dan Luas Wilayah Kabupaten Manggarai Tahun 2003

No	Kecamatan	Luas Wilayah	Persentase (%)
1.	Satar Mese	572,00	13.66
2.	Borong	490,26	11.70
3.	Kota Komba	491,90	11.74
4.	Elar	567,60	13.55
5.	Sambi Rampas	400,10	9.55
6.	Lamba Leda	360,40	8.60
7.	Poco Ranaka	209,20	4.99
8.	Langke Rembong	60,54	1.45
9.	Ruteng	176,60	4.22
10.	Wae Rii	76,60	1.83
11.	Cibal	188,30	4.50
12.	Reok	595,40	14.21
	Total	4.188.90	100.00

Sumber : Registrasi Penduduk 2004, BPS Kabupaten Manggarai

Berdasarkan tabel tersebut diatas, maka dapat diketahui bahwa Kabupaten Manggarai mempunyai 12 kecamatan dengan kecamatan terluas terletak di Kecamatan Reok sebesar 14,21 persen dari total luas wilayah per kecamatan di Kabupaten Manggarai. Kemudian secara berturut – turut Kecamatan Satar Mese sebesar 13,66 persen dari total luas wilayah per kecamatan di Kabupaten Manggarai serta yang terkecil yaitu wilayah Kecamatan Langke Rembong sebesar 1,45 persen dari total luas wilayah per kecamatan.

b. Keadaan Penduduk

1. Jumlah penduduk dan kepadatan penduduk menurut kecamatan

Jumlah penduduk dan kepadatan penduduk menurut kecamatan di Kabupaten Manggarai dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Manggarai Tahun 2003

No	Kecamatan	Jumlah penduduk	Kepadatan Penduduk per km ²	Persentase Jumlah penduduk (%)
1.	Satar Mese	54.457	95.20	11.31
2.	Borong	51533	105.11	10.70
3.	Kota Komba	40.670	82.68	8.44
4.	Elar	26.666	46.98	5.54
5.	Sambi Rampas	23.362	58.39	4.85
6.	Lamba Leda	28.076	77.90	5.83
7.	Poco Ranaka	52.622	251.54	10.92
8.	Langke Rembong	54.824	905.58	11.38
9.	Ruteng	63.748	360.97	13.23
10.	Wae Rii	22.769	297.25	4.73
11.	Cibal	35.712	189.65	7.41
12.	Reok	27.240	45.75	5.66
	Total	481.679	114.99	100.00

Sumber : Registrasi Penduduk 2004, BPS Kabupaten Manggarai

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut di atas, maka dapat dilihat bahwa Kecamatan Ruteng merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu sebesar 63.748 jiwa atau sekitar 13.23 persen dengan tingkat kepadatan penduduk adalah sebesar 905,58 jiwa per meter persegi. Kemudian Kecamatan Langke Rembong dengan jumlah penduduk sebesar 54.824 ribu jiwa dengan tingkat kepadatan penduduk adalah sebesar 905,58 jiwa per meter persegi kemudian yang paling kecil adalah kecamatan Wae Rii dengan jumlah penduduk sebesar 22.769 jiwa dengan tingkat kepadatan penduduk adalah sebesar 297,25 jiwa per meter persegi.

Berdasarkan data tersebut, maka dapat diketahui bahwa konsentrasi pemukiman penduduk terletak di tiga kota kecamatan yaitu kecamatan Langke Rembong, Kecamatan Ruteng, serta Kecamatan Poco Ranaka, Kecamatan Satar Mese, dan Kecamatan Borong.

2. Jumlah Penduduk menurut Jenis Kelamin

Jumlah penduduk menurut jenis kelamin di Kabupaten Manggarai dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3 Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Manggarai Tahun 2003

No	Kecamatan	Laki - laki	Perempuan	Total
1.	Satar Mese	26.555	27.902	54.457
2.	Borong	25.052	26.451	51.503
3.	Kota Komba	20.155	20.515	40.670
4.	Elar	13.442	13.224	26.666
5.	Sambi Rampas	11.782	11.580	23.362
6.	Lamba Leda	14.010	14.066	28.076
7.	Poco Ranaka	25.904	26.718	52.622
8.	Langke Rembong	27.176	27.648	54.824
9.	Ruteng	31.356	32.392	63.748
10.	Wae Rii	11.187	11.582	22.769
11.	Cibal	17.506	18.206	35.712
12.	Reok	13.609	13.631	27.240
	Jumlah	237.734	243.915	481.679

Sumber : Registrasi Penduduk 2004, BPS Kabupaten Manggarai

Jumlah penduduk menurut jenis kelamin di Kabupaten Manggarai dikelompokkan kedalam dua jenis yaitu jenis kelamin laki – laki dan jenis kelamin perempuan. Dari tabel 4.3 diketahui bahwa Kecamatan Ruteng dengan jumlah penduduk terbanyak memiliki jumlah penduduk laki – laki sebesar 31.356 jiwa sedangkan penduduk perempuan berjumlah 32.392 jiwa, disusul kemudian kecamatan Langke Rembong dengan jumlah penduduk pria sebesar 27.176 dan penduduk perempuan sebesar 27.648 jiwa. Secara keseluruhan jumlah penduduk laki – laki dan perempuan di Kabupaten Manggarai sangat bervariasi dengan perbandingan penduduk terkecil terletak di Kecamatan Wae Rii dimana jumlah penduduk laki-lakinya berjumlah 11.187 jiwa sedangkan penduduk perempuan berjumlah sebesar 11.582 jiwa.

3. Jumlah penduduk menurut Golongan umur

Jumlah penduduk menurut golongan umur di kabupaten Manggarai dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4 Jumlah Penduduk menurut Tingkat Umur Kabupaten Manggarai Tahun 2003

Umur	Laki-laki		Perempuan		Laki-laki+Perempuan	
	Jumlah	(%)	Jumlah	(%)	Jumlah	(%)
< 2	19.498	5.94	14.343	4.41	33.841	5.18
2-4	30.796	9.39	32.607	10.03	63.403	9.7
5-9	46.195	14.08	45.044	13.85	91.239	13.97
10-14	37.547	11.44	35.630	10.96	73.177	11.20
15-49	156.057	47.56	163.379	50.24	319.436	48.89
50-64	27.263	8.31	25.855	7.95	53.118	8.13
65 +	10.740	3.27	8.365	2.57	19.105	2.92
Total	328.096	100.00	325.223	100.00	653.319	100.00

Sumber : Registrasi Penduduk 2004, BPS Kabupaten Manggarai

Jumlah penduduk menurut kelompok umur yang ada di Kabupaten Manggarai seperti yang terlihat pada tabel 4.4 di atas menunjukkan jumlah serta perbandingan antara penduduk laki – laki dan penduduk perempuan.

Berdasarkan tabel tersebut, penduduk dikelompokkan kedalam 7 kelompok umur dengan jumlah terbanyak terdapat pada kelompok umur 15 – 49 tahun yaitu sebesar 48.49 persen atau sekitar 319.436 jiwa. Disusul kemudian oleh kelompok umur 5 – 9 tahun sebanyak 13,97 persen atau sekitar 91.239 jiwa, kelompok umur 10 – 14 tahun sebesar 11.20 persen atau sekitar 73.177 jiwa sampai dengan yang terkecil yaitu pada kelompok umur 65 tahun keatas sebesar 2.92 persen atau sekitar 19.105 jiwa.

4. Jumlah penduduk menurut lapangan kerja utama

Pada tabel 4.5 berikut ini akan diuraikan mengenai jumlah penduduk di Kabupaten Manggarai menurut lapangan kerja utama yang dinyatakan dalam persentase sebagai berikut :

Tabel 4.5 Jumlah Penduduk Menurut Lapangan Kerja Utama Kabupaten Manggarai Dalam Persentase (%)

No	Lapangan Kerja Utama	Laki - Laki	Perempuan	Jumlah
1	Pertanian, Kehutanan, Perkebunan, Perikanan	88.72	90.23	89.39
2	Pertambangan dan Penggalian	0.11	-	0.06
3	Industri Pengolahan	2.03	5.41	3.53
4	Listrik, Gas, air	0.22	-	0.12
5	Bangunan	1.51	-	0.84
6	Perdagangan besar dan eceran, rumah makan	2.82	2.08	2.49
7	Angkutan, pergudangan, Komunikasi	1.03	-	0.57
8	Keuangan, asuransi, usaha persewaan, dan bangunan	0.43	-	0.24
9	Jasa kemasyarakatan	3.14	2.29	2.76
10	Lainnya / tidak terjawab	-	-	-
	Total	100.00	100.00	100.00

Sumber : Registrasi Penduduk 2004, BPS Kabupaten Manggarai

Jumlah penduduk menurut lapangan kerja utama di Kabupaten Manggarai seperti yang terlihat pada tabel 4.5 tersebut di atas merupakan persentase dari jumlah lapangan kerja penduduk usia kerja yaitu 10 tahun keatas. (BPS Kabupaten Manggarai 2004). Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diketahui bahwa sebanyak 89.39 persen penduduk Kabupaten Manggarai bekerja di sektor pertanian, kehutanan, perkebunan, dan perikanan. Hal ini dipertegas pula oleh kondisi geografis Kabupaten Manggarai dimana sebagian besar daerahnya merupakan dataran tinggi sehingga salah satu pekerjaan yang sesuai adalah pekerjaan di sektor pertanian, kehutanan, perkebunan, dan perikanan.

Kemudian secara berturut – turut adalah di sektor industri pengolahan yang akan menjadi obyek penelitian ini termasuk industri kerajinan atau industri rumah tangga (*home industry*) yang mana berjumlah sekitar 3.53 persen. Kemudian, sektor jasa kemasyarakatan dengan jumlah sebesar 2.76 persen. Sedangkan sektor perekonomian lain tidak terlalu memberikan kesempatan bagi penduduk untuk bekerja yang ditunjukkan dengan tidak adanya persentase dalam lapangan kerja utama tersebut seperti penduduk perempuan atau dengan kata lain, penduduk perempuan masih memiliki akses yang terbatas ke pekerjaan utama misalnya pertambangan dan penggalian, kelistrikan, bangunan, angkutan, serta keuangan.

c. Industri Kecil di Kabupaten Manggarai

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai jumlah industri kecil baik itu formal (terdaftar di Deperindag Kabupaten Manggarai) maupun non formal. Industri kecil di Kabupaten Manggarai seperti pada tabel 4.6 di bawah, menunjukkan berbagai jenis industri kecil yang formal dan non formal. Dari total jumlah kedua unit usaha tersebut terlihat bahwa hampir sebagian besar usaha yang dilakukan merupakan usaha non formal artinya usaha kecil tersebut tidak terdaftar di Deperindag Kabupaten Manggarai. Dari total unit

usaha yang ada, sebanyak 2.113 usaha kecil merupakan usaha non formal sedangkan usaha kecil yang formal hanya berjumlah sebanyak 388 unit.

Tabel 4.6 berikut akan menjelaskan tentang daftar kumulatif industri kecil formal dan non formal di Kabupaten Manggarai sebagai berikut :

Tabel 4.6 Daftar Kumulatif Industri Kecil Formal dan Non Formal Kabupaten Manggarai Tahun 2003

Jenis Industri	Unit Usaha			Jumlah Tenaga Kerja
	Formal	Non Formal	Jumlah	
Industri Aneka	37	1627	1.664	1.927
Industri Kimia	13	75	88	283
Industri logam, mesin, dan elektronika	39	68	107	365
Industri hasil pertanian dan kehutanan	299	343	642	1.174
Total	388	2.113	2.501	3.749

Sumber : Registrasi Penduduk 2004, BPS Kabupaten Manggarai

Hal tersebut kemudian menimbulkan permasalahan yaitu dengan sedemikian besarnya jumlah unit usaha kecil yang non formal atau tidak terdaftar di Deperindag Kabupaten manggarai, maka tidak menutup kemungkinan pengorganisasian usaha atau kegiatan kerja unit usaha kecil tersebut menjadi terhambat. Hal ini pun dapat memberikan gambaran bahwa usaha kecil yang dilakukan merupakan usaha sambilan, atau dikerjakan hanya jika ada waktu senggang. Untuk lebih jelasnya mengenai macam – macam industri kecil yang ada di Kabupaten Manggarai, maka berikut ini akan dijelaskan beberapa jenis industri kecil antara lain sebagai berikut :

1. Industri aneka yang termasuk industri kecil di Kabupeten Manggarai

Industri aneka yang termasuk industri kecil di Kabupaten Manggarai, dapat dilihat pada tabel 4.7 beikut ini :

Tabel 4.7 Aneka Industri Kecil Kabupaten Manggarai Tahun 2003

No	Jenis Industri	Jumlah Sentra	Unit Usaha
1	Pertenunan Gedongan	21	1626
2	Pakaian Jadi dari tekstil	21	21
3	Tukang Mas	15	125
4	Barang dari karet untuk keperluan RT	10	11
5	Minyak Kasar	7	152
6	Roti dan kue	8	120
7	Gula Merah	32	101
8	Pengolahan kopi	7	7
9	Pertukangan	12	158
10	Anyaman Lontar dan pandan	30	512
11	Anyaman rotan dan bambo	23	390
12	Pengolahan ikan asap	10	8

Sumber : Registrasi Penduduk 2004, BPS Kabupaten Manggarai

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa unit usaha pertenenan gedongan merupakan unit usaha terbanyak dimana dengan jumlah sentra industri kecil yang terdaftar di Kabupaten Manggarai yaitu sebanyak 21 buah, unit usaha yang dimiliki berjumlah hanya 21 unit usaha. Disini dapat dilihat bahwa masih cukup banyak unit usaha yang belum termasuk ke dalam sentra industri kecil sehingga proses pemberdayaan dan pembinaan usaha tenun ini menghadapi kendala yaitu belum terorganisirnya jumlah peserta atau unit usaha yang bergabung dalam sentra industri kecil pertenenan gedongan.

Kemudian unit usaha terbanyak yang juga termasuk dalam kelompok industri kecil di Kabupaten Manggarai adalah di bidang anyaman lontar dan pandan yaitu berjumlah 512 unit usaha dengan jumlah sentra produksi berjumlah sebanyak 30 unit usaha.

Secara keseluruhan jika melihat tabel 4.7 tersebut kita dapat melihat bahwa jumlah unit usaha yang menjadi tulang punggung industri kecil di Kabupaten Manggarai sebagian besarnya belum termasuk ke dalam sentra industri kecil. Dampak langsung dari keadaan ini adalah sulitnya pensosialisasian program – program kemitraan ataupun bantuan

dari pemerintah kepada unit – unit usaha ini sehingga produk – produk yang dihasilkan pun cenderung dipasarkan secara sendiri – sendiri. Inilah yang kemudian menjadi pekerjaan utama pemerintah dalam hal ini Deperindag Kabupaten Manggarai dalam menyatukan semua unit usaha industri kecil yang ada guna pemberdayaan industri kecil yang lebih lanjut.

2. Jumlah Tenaga kerja yang terserap ke dalam industri kecil di Kabupaten Manggarai

Jumlah tenaga kerja yang terserap ke dalam industri kecil di Kabupaten Manggarai adalah jumlah tenaga kerja yang bekerja baik itu dalam unit – unit usaha maupun sentra industri kecil secara keseluruhan. Adapun jumlah tenaga kerja tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.8 Jumlah Tenaga Kerja Industri Kecil Kabupaten Manggarai Tahun 2003

No	Jenis Industri	Jumlah Sentra	Unit Usaha	Tenaga Kerja
1	Pertenunan Gedongan	21	1626	1798
2	Pakaian Jadi dari tekstil	21	21	257
3	Tukang Mas	15	125	114
4	Barang dari karet untuk keperluan RT	10	11	98
5	Minyak Kasar	7	152	245
6	Roti dan kue	8	120	745
7	Gula Merah	32	101	203
8	Pengolahan kopi	7	7	580
9	Pertukangan	12	158	921
10	Anyaman Lontar dan pandan	30	512	350
11	Anyaman rotan dan bambo	23	390	158
12	Pengolahan ikan asap	10	8	624

Sumber : Registrasi Penduduk 2004, BPS Kabupaten Manggarai

Berdasarkan tabel 4.8 tersebut, jumlah tenaga kerja yang terserap di bidang usaha masing – masing industri tersebut dapatlah dikatakan sangatlah sedikit apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk Manggarai yang berusia angkatan kerja secara keseluruhan.

Pada jenis usaha pertenunan gedongan, jumlah tenaga kerja yang terserap adalah berjumlah 1798 orang, disusul kemudian oleh jenis usaha pertukangan dengan jumlah tenaga kerja 921 orang sampai dengan yang paling kecil adalah pada unit usaha tukang mas dengan jumlah tenaga kerja berjumlah 114 orang.

4.2 Karakteristik Responden

a. Tanggapan responden terhadap harga kain tenun songke

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap kuisisioner mengenai harga kain tenun songke yang sudah bersaing dengan harga pasar, diperoleh jawaban yang bervariasi, hasil tersebut ditunjukkan dalam tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap harga kain tenun songke

Jawaban Responden	Kabupaten Manggarai Timur	Persen tase (%)	Kabupaten Manggarai Barat	Persen tase (%)	Jumlah	Persen tase (%)
Sangat Setuju	8	26.6	3	10	11	36.6
Setuju	10	33.3	9	30	19	63.3
Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0
Jumlah	18	60	12	40	30	100

Sumber : Data Primer, diolah 2005.

Dari 18 orang responden (pengrajin kain tenun songke) di Kabupaten Manggarai Timur, sebanyak 10 orang responden atau sekitar 33.3 persen mengatakan mereka setuju bahwa harga kain songke yang dijual sudah bersaing dengan harga pasar, sedangkan di Kabupaten Manggarai Barat dengan jumlah responden sebanyak 12 responden, 9 responden atau sekitar 30 persen mengatakan setuju bahwa harga kain songke yang dijual sudah bersaing dengan harga pasar. Kemudian untuk jawaban sangat setuju, jumlah responden yang menjawab demikian berjumlah 8 responden atau sekitar 26.6 persen; sedangkan di Kabupaten Manggarai Barat hanya berjumlah 3 responden atau sekitar 10 persen

responden yang mengatakan bahwa harga kain tenun songke sudah bersaing dengan harga pasar.

b. Tanggapan responden terhadap variasi produk kain tenun songke

Tanggapan responden terhadap variasi produk kain tenun songke umumnya juga bervariasi, dimana tanggapan tersebut ditunjukkan dalam tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10 Tanggapan responden terhadap variasi produk kain tenun songke

Jawaban Responden	Kabupaten Manggarai Timur	Persen tase (%)	Kabupaten Manggarai Barat	Persen tase (%)	Jumlah	Persen tase (%)
Sangat Setuju	1	3.3	1	3.3	2	6.6
Setuju	7	23.3	7	23.3	14	46.6
Tidak Setuju	10	33.3	4	13.3	14	46.6
Jumlah	18	60	12	40	30	100

Sumber : Data Primer, diolah 2005.

Tanggapan responden terhadap variasi produk kain tenun songke umumnya pun bervariasi dimana untuk Kabupaten Manggarai Timur dengan jumlah responden sebanyak 18 responden, 10 orang responden atau sekitar 33.3 persen mengatakan tidak setuju bahwa bahwa variasi kain tenun songke sudah cukup, 7 orang responden atau sekitar 23.3 persen mengatakan setuju, serta 1 responden atau sekitar 3.3 persen menjawab sangat setuju. Sedangkan di Kabupaten Manggarai Barat dengan jumlah responden sebanyak 12 responden, yang menjawab setuju bahwa variasi kain tenun songke sudah cukup hanya berjumlah 7 responden atau sekitar 23.3 persen, kemudian yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 responden atau sekitar 13.3 persen, serta yang menjawab sangat setuju hanya sebanyak 1 responden atau sekitar 3.3 persen. Disini dapat dilihat bahwa variasi produk kain tenun songke belum memiliki banyak variasi.

c. Tanggapan responden terhadap Volume penjualan kain tenun songke

Tanggapan responden terhadap volume penjualan kain tenun songke umumnya juga bervariasi, dimana tanggapan tersebut ditunjukkan dalam tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11 Tanggapan responden terhadap Volume penjualan kain tenun songke

Jawaban Responden	Kabupaten Manggarai Timur	Persen tase (%)	Kabupaten Manggarai Barat	Persen tase (%)	Jumlah	Persen tase (%)
Sangat Setuju	2	6.6	9	30	11	36.6
Setuju	14	46.6	2	6.6	16	53.3
Tidak Setuju	2	6.6	1	3.3	3	10
Jumlah	18	60	12	40	30	100

Sumber : Data Primer, diolah 2005

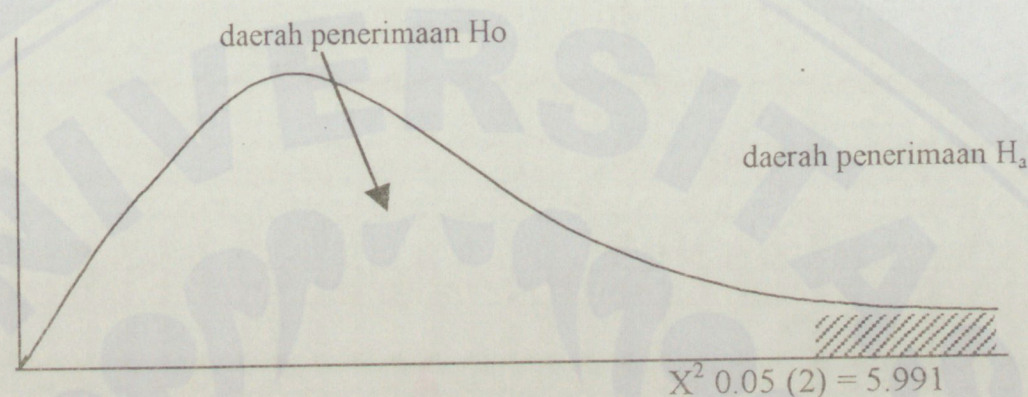
Terhadap volume penjualan kain tenun songke, dari 18 orang responden di Kabupaten Manggarai Timur, sebanyak 14 responden atau sekitar 46.6 persen mengatakan setuju bahwa peningkatan volume penjualan kain tenun songke sudah tinggi, kemudian masing – masing sebanyak 2 responden atau sekitar 6.6 menjawab tidak setuju serta sangat setuju yang mengatakan sangat setuju bahwa volume penjualan kain songke sudah tinggi. Sedangkan Di Kabupaten Manggarai Barat dengan jumlah responden sebanyak 12 responden, sebanyak 9 responden atau sekitar 30 persen menjawab sangat setuju bahwa volume penjualan kain tenun songke sudah tinggi, kemudian sebanyak 2 responden atau sekitar 6.6 persen menjawab setuju, serta 1 responden menjawab tidak setuju atau sekitar 3.3 persen. Hal ini menunjukkan bahwa rata – rata responden sepakat bahwa volume penjualan kain tenun songke sudah tinggi

4.3 Hasil Penelitian

Berdasarkan uji X_0^2 (lampiran 5), maka diketahui bahwa besarnya nilai X^2 α tersebut adalah sebesar 5.991 sedangkan besarnya nilai X_0^2 adalah sebesar 13.09

Oleh karena $X_0^2 = 13.09 > X^2 \alpha = 5.991$, maka Hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima yang berarti bahwa terdapat perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat.

Tabel $X_0^2_{0.05(2)} = 5.991$



Gambar 4.1 Kurva Chi-Square (Supranto, 1988 : 199)

4.4. Pembahasan

4.4.1 Verifikasi Terhadap Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Dampuk (2003 : 5) menemukan bahwa dengan menggunakan analisa uji F diperoleh hasil perhitungan bahwa besarnya nilai F hitung (5.809) lebih besar dari nilai F tabel (2.98) sehingga rumusan hipotesis penelitiannya untuk hipotesis H_1 diterima serta menolak H_0 yang berarti bahwa variabel – variabel bebas yaitu mutu, harga, distribusi, dan promosi berpengaruh terhadap volume penjualan kain Tenun Songke pada Yayasan Tunas Jaya Ruteng, Flores.

Pengujian dengan menggunakan uji F ini menyimpulkan bahwa variabel mutu produk, harga distribusi, serta promosi secara bersama – sama atau serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu volume penjualan Kain Tenun Songke Pada Yayasan Tunas Jaya Ruteng, Flores.

Penelitian yang telah dilakukan tersebut, apabila dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan ini menemukan bahwa berdasarkan uji X_0^2

terhadap variabel penelitian, maka diketahui bahwa besarnya nilai $X^2 \alpha$ tersebut adalah sebesar 5.991 sedangkan besarnya nilai X_0^2 adalah sebesar 13.09.

Oleh karena $X_0^2 = 13.09 > X^2 \alpha = 5.991$, maka Hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima yang berarti bahwa terdapat perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat.

4.4.2 Verifikasi Terhadap Teori yang Digunakan

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori mengenai Volume penjualan dimana biasanya selalu dikaitkan dengan kuantitas atau jumlah penjualan yang telah dilakukan oleh suatu jenis usaha tertentu. Karena berhubungan dengan kuantitas, maka volume penjualan ini berhubungan juga dengan konsep – konsep biaya.

Sedangkan untuk teori mengenai produk, menurut Kotler (1997 : 9) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menawarkan kebutuhan atau keinginan. Sedangkan menurut Moekijat (1997 : 42) produk merupakan sesuatu yang dipandang mampu untuk memenuhi suatu kebutuhan atau suatu keinginan. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan, atau dikombinasikan yang dapat memenuhi suatu keinginan dan kebutuhan. Selanjutnya dapat dirumuskan bahwa produk dapat dibedakan atau diklasifikasikan kedalam beberapa macam yaitu barang konsumsi yaitu barang yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikombinasikan dengan barang pribadi dengan barang industri yaitu barang yang dibeli untuk diolah kembali.

Pengembangan sebuah produk mengharuskan sebuah perusahaan menetapkan manfaat- manfaat apa saja yang akan diberikan oleh produk tersebut. Manfaat tersebut kemudian dikombinasikan dan dipenuhi oleh mutu, ciri, dan desain produk. Mutu produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, sedangkan ciri produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan sebuah produk perusahaan dengan produk pesaing, serta desain produk dapat mengembangkan kegunaan atau manfaat produk serta

coraknya. Jadi sesuatu produk tidak hanya menampilkan apa yang diperhatikan, tetapi juga kemudahan, keamanan, tidak mahal, murah, sederhana, dan ekonomis dalam produksi atau distribusi.

Selain itu, dalam teori mengenai harga (Sukirno, 1994 : 83) harga memiliki kaitan erat dengan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran seseorang kepada atau sesuatu masyarakat terhadap sesuatu barang ditentukan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor harga itu sendiri. Hukum permintaan adalah makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan atas barang tersebut; sebaliknya makin tinggi harga sesuatu barang, makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Sedangkan hukum penawaran adalah makin tinggi harga suatu barang, makin banyak jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan oleh para penjual; sebaliknya makin rendah harga sesuatu barang, makin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh para penjual.

Berdasarkan beberapa teori tersebut dan apabila dibandingkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan ini, maka diperoleh kesimpulan bahwa antara volume penjualan, harga, serta produk kain tenun songke yang dihasilkan adalah berbeda secara nyata. Hal tersebut diperjelas oleh hasil penelitian ini dimana berdasarkan uji X_0^2 terhadap variabel penelitian, maka diketahui bahwa besarnya nilai $X^2 \alpha$ tersebut adalah sebesar 5.991 sedangkan besarnya nilai X_0^2 adalah sebesar 13.09. Sehingga, oleh karena $X_0^2 = 13.09 > X^2 \alpha = 5.991$, maka Hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima yang berarti bahwa terdapat perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan terdahulu, maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil pengolahan data secara statistik, diketahui bahwa hasil perhitungan dengan menggunakan rumus X_0^2 diperoleh hasil perhitungan sebesar 13.09 sedangkan $X^2 \alpha$ adalah sebesar 5.991 sehingga rumusan hipotesis H_0 ditolak dan Hipotesis H_a diterima yang berarti bahwa ada perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat.
2. Hipotesis bahwa terdapat perbedaan tanggapan terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat terbukti, dengan alasan bahwa asumsi harga jual adalah sama seperti yang ditunjukkan oleh jawaban responden mengenai harga kain tenun songke. Jika ditelaah dengan kondisi saat ini, dimana Kabupaten Manggarai Barat telah termasuk dalam pemekaran wilayah, seharusnya volume penjualan kain tenun songke lebih meningkat. Dasar pertimbangannya adalah pada letak geografis Kabupaten Manggarai Barat yang lebih strategis dibandingkan dengan Kabupaten Manggarai Timur. Hal inilah yang turut mempengaruhi perbedaan volume penjualan kain tenun songke di Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat.

5.2. Saran

Adapun saran pada akhir bagian tulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini yang menemukan bahwa terdapat perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat, maka guna meminimalkan perbedaan tanggapan tersebut diharapkan agar mekanisme produksi maupun pasca produksi kain tenun songke sampai di tangan

konsumen dapat lebih diseragamkan. Penyeragaman tersebut misalnya dengan membentuk wadah bersama semacam koperasi yang bertugas sebagai pembimbing dalam kegiatan produksi maupun pemasaran kain tenun songke guna menghindari campur tangan pihak ketiga yang cenderung mempermainkan harga jual kain tenun songke.

2. Guna lebih meningkatkan volume penjualan kain tenun songke di Kabupaten Manggarai diharapkan agar mampu menerapkan prinsip – prinsip dalam pemasaran secara menyeluruh sehingga volume penjualan dapat lebih ditingkatkan, misalnya melalui bauran promosi baik didalam maupun diluar daerah Kabupaten Manggarai.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh diketahui bahwa variasi produk belum sepenuhnya diterapkan dalam berproduksi, untuk itu diharapkan agar variasi produk dapat lebih ditingkatkan, misalnya dengan melakukan inovasi – inovasi baru dibidang pertenunan baik berupa mesin maupun bahan baku, pemberian bantuan kredit usaha, pemberian pola bapak angkat bagi sentra – sentra industri kecil, serta yang paling utama adalah menciptakan pola baru dalam bidang hasil produksi kain tenun songke.
4. Mengingat bahwa kain tenun songke merupakan kain adat yang paling sering digunakan dalam berbagai kegiatan keseharian masyarakat Kabupaten Manggarai, maka diupayakan agar variasi produk yang digunakan lebih banyak mencerminkan citra budaya Kabupaten Manggarai misalnya penggunaan kain songke sebagai pakaian safari dinas pemerintah dan swasta, pembuatan pernak – pernik kain songke selain baju misalnya celana, topi, dasi, dan produk lainnya dengan cara menggalang kerjasama dengan institusi pendidikan atau swasta.
5. Perlu dilakukannya pemasaran yang lebih merata bukan hanya di dalam daerah, melainkan juga keluar daerah misalnya menjalin kerjasama pemasaran produk kain songke sebagai souvenir khas Kabupaten Manggarai dengan pemerintah daerah lainnya misalnya melalui dinas pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

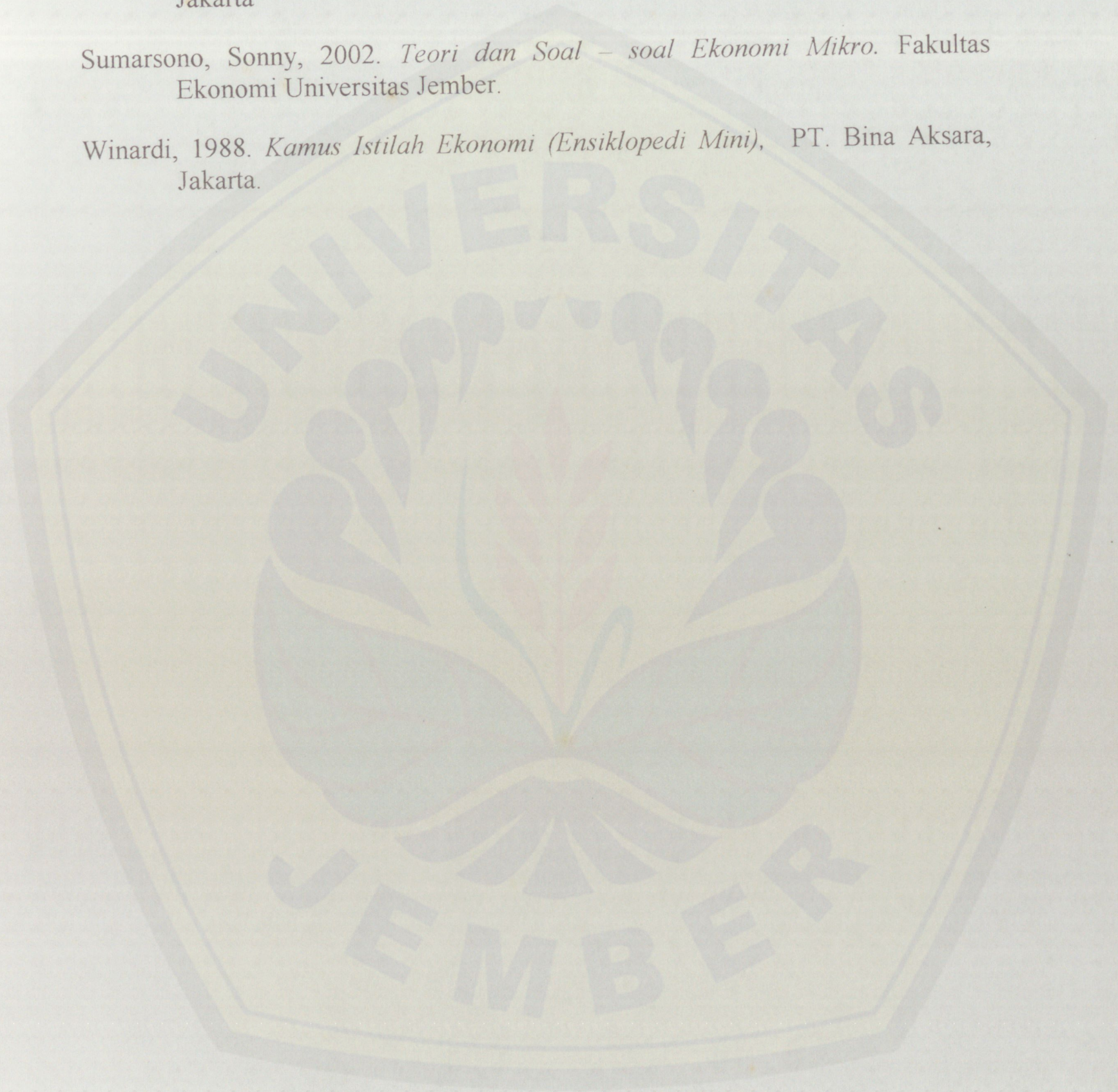
- Abdurrachman, A. 1991. *Ensiklopedi Ekonomi Keuangan Perdagangan* (Inggris-Indonesia). Pradnya Paramita. Jakarta
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Manggarai. 2003. *Manggarai Dalam Angka*.
- Boediono, 1991. *Ekonomi mikro*. Seri Sinopsis pengantar Ilmu Ekonomi. Cetakan 13. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Dampuk, Nikodemus. 2003. *Pengaruh distribusi dan promosi terhadap volume penjualan kain tenun songke di Kecamatan Borong Kabupaten Manggarai*. Thesis. Unitomo Surabaya.
- Ibnu, Subianto, 2000. *Metode Penelitian Survey*. Prenhalindo Jakarta
- Irawan, 2002. *Managemen Pemasaran Modern*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, implementasi, dan Kontrol*. Edisi Bahasa Indonesia. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*, edisi Bahasa Indonesia Jilid I. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Moekijat, 1997, *Marketing*. PT. Bale Bandung, Bandung.
- Nurgiyantoro, 2000. *Metode Penelitian Statistik*. Prenhalindo. Jakarta
- Sufyanto, 2002, *Pemasaran Strategik, Modul Perkuliahan Universitas DR. Soetomo*, Surabaya.
- Swasta, 1996, *Asas-asas Marketing*, Penerbit Liberty, Yokyakarta.
- Sukirno, 1994, *Pengantar Teori Mikro*, PT Raja Grafindo Persad, Jakarta.
- Sukirno, 1985, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.
- Supranto, J, 1988. *Statistik teori dan Aplikasi*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Salvatore, Dominick. 1989. *Teori Mikroekonomi*. Edisi kedua. Teori dan soal – soal. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Samuelson, 1992. *Ekonomi Makro. (Terjemahan)*. Penerbit Liberty. Yogyakarta

Samuelson, Paul. 1993. *Mikroekonomi (Terjemahan)*. Pustaka Utama Jakarta. Jakarta

Sumarsono, Sonny, 2002. *Teori dan Soal – soal Ekonomi Mikro*. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Winardi, 1988. *Kamus Istilah Ekonomi (Ensiklopedi Mini)*, PT. Bina Aksara, Jakarta.



No :.....

Lampiran 1.

KUISIONER

**Harga, Variasi Produk, dan Penjualan Kain Tenun Songke
Di Kabupaten Manggarai Timur dan Manggarai Barat.**

A. Catatan

1. Terima kasih atas kesediaan Bapak / Ibu untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan dibawah ini
2. Pertanyaan – pertanyaan di bawah ini berkenaan dengan tujuan pengembangan Ilmu Kependudukan
3. Pada pertanyaan isian, isilah jawaban pada tempat yang telah disediakan dengan memberi tanda cawang (√)
4. Pertanyaan dibawah ini adalah mengenai Harga dan Variasi Produk kain songke

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :(tahun)
3. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita

C. Dasar Pertanyaan

Berilah jawaban pada pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat anda pada kolom yang tersedia sebagai berikut :

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju

Lampiran 2.

KUISIONER

No	Pertanyaan mengenai Harga	Pertanyaan		
		SS	S	TS
1	Menurut saudara apakah harga kain songke yang dijual sudah bersaing dengan harga pasar			

No	Pertanyaan mengenai Variasi Produk Kain Songke	Pertanyaan		
		SS	S	TS
1	Menurut saudara apakah variasi produk kain songke yang dihasilkan sudah cukup.			

No	Pertanyaan mengenai Volume penjualan kain songke	Pertanyaan		
		SS	S	TS
1	Menurut saudara apakah peningkatan volume penjualan kain tenun songke sudah tinggi.			

Lampiran 3.

1. Rekapitulasi Jawaban Responden (Pengrajin Kain Tenun Songke di Manggarai Timur)

Resep	Harga	Variasi Produk	Penjualan
1	4	3	5
2	5	3	4
3	4	3	5
4	5	4	4
5	4	4	4
6	5	3	5
7	4	4	5
8	4	4	5
9	5	5	5
10	4	4	5
11	4	4	4
12	4	3	5
13	5	3	4
14	5	3	5
15	4	4	4
16	5	3	5
17	5	3	4
18	4	3	4

2. Rekapitulasi Jawaban Responden (Pengrajin Kain Tenun Songke di Manggarai Barat)

Resep	Harga	Variasi Produk	Penjualan
1	4	4	3
2	4	4	4
3	5	3	5
4	4	4	5
5	4	4	4
6	5	5	5
7	4	4	4
8	4	4	4
9	4	3	4
10	4	3	4
11	5	3	4
12	4	4	4

Lampiran 4.

Tabulasi Tanggapan Pengrajin
Tentang Penjualan Kain Tenun Songke

Jawaban	Mangarai Timur	Manggarai Barat	Jumlah
Sangat Setuju	2	9	11
Setuju	14	2	16
Tidak Setuju	2	1	3
Jumlah	18	12	30

Sumber : Data Primer diolah 2005



Lampiran 5

Perhitungan dan Analisis *Uji Chi Square*1. *Uji Chi Square*

Persamaan yang digunakan adalah :

$$e_{ij} = \frac{(n_i)(n_j)}{n}$$

$$e_{11} = \frac{(11)(18)}{30} = \frac{198}{30} = 6.6$$

$$e_{12} = \frac{(11)(12)}{30} = \frac{132}{30} = 4.4$$

$$e_{21} = \frac{(16)(18)}{30} = \frac{288}{30} = 9.6$$

$$e_{22} = \frac{(16)(12)}{30} = \frac{192}{30} = 6.4$$

$$e_{31} = \frac{(3)(18)}{30} = \frac{54}{30} = 1.8$$

$$e_{32} = \frac{(3)(12)}{30} = \frac{36}{30} = 1.2$$

Uji X^2 :

$$X^2 = \sum \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

$$= \frac{(2-6.6)^2}{6.6} + \frac{(9-4.4)^2}{4.4} + \frac{(14-9.6)^2}{9.6} + \frac{(2-6.4)^2}{6.4} + \frac{(2-1.8)^2}{1.8} + \frac{(1-1.2)^2}{1.2}$$

$$= \frac{21.16}{6.6} + \frac{21.16}{4.4} + \frac{19.36}{9.6} + \frac{19.36}{6.4} + \frac{0.04}{1.8} + \frac{0.04}{1.2}$$

$$= 3.20 + 4.80 + 2.01 + 3.03 + 0.02 + 0.03$$

$$= 13.09$$

Uji $X^2 \alpha$:

$$X^2 \alpha (r-1)(k-1)$$

$$= X^2 0.05 (3-1)(2-1)$$

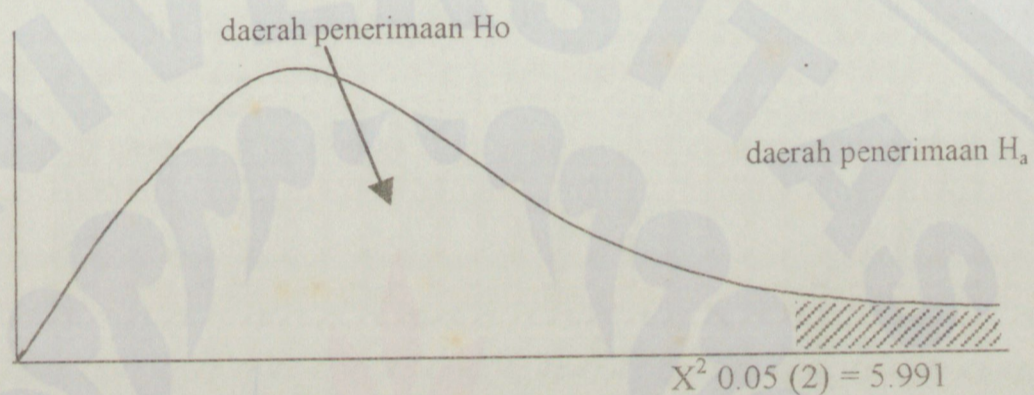
$$= X^2 0.05 (2)$$

$$= 5.991$$

Berdasarkan uji X_0^2 maka diketahui bahwa besarnya nilai $X^2 \alpha$ tersebut adalah sebesar 5.991 sedangkan besarnya nilai X_0^2 adalah sebesar 13.09

Oleh karena $X_0^2 = 13.09 > X^2 \alpha = 5.991$, maka Hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima yang berarti bahwa terdapat perbedaan tanggapan pengrajin kain tenun songke terhadap produk yang dijual antara Kabupaten Manggarai Timur dan Kabupaten Manggarai Barat.

Tabel $X^2_{0.05(2)} = 5.991$



Kurva Chi-Square (Supranto, 1988 : 199)