

**USULAN PENELITIAN
TAHUN ANGGARAN 2020
Penelitian Bidang Ilmu**



**KAJIAN PRODUK UNGGULAN BERORIENTASI EKSPOR
DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

KETUA : Prof. Dr. Zulkarnain, SE, MM
ANGGOTA : Prof. Dr. Sri Indarti, SE., M.Si
ANGGOTA : Dr. Alvi Purwanti, SE, MM
ANGGOTA : Dr. Pareng Rengi, M.Si
ANGGOTA : Rendra Wasnuri, SE, MIB

**SUMBER DANA: DIPA LPPM UNIVERSITAS RIAU
TAHUN ANGGARAN 2020**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS RIAU
PEKANBARU, JANUARI 2020**

IDENTITAS ANGGOTA PENELITIAN

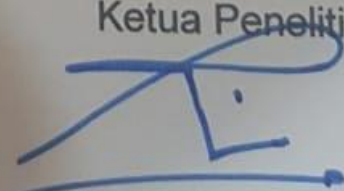
"Kajian Produk Unggulan Berorientasi Ekspor di Kabupaten Indragiri Hilir"

1. KETUA
Nama Lengkap : Prof. Dr. Zulkarnain, SE, MM
NIP : 19600718 198702 1001 / 0018076001
Jabatan Fungsional : Ketua LPPMP Universitas Riau
Pangkat/Golongan : Lektor Kepala/Gol.IV-d
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
2. ANGGOTA 1
Nama Lengkap : Prof. Dr. Sri Indarti, SE., M.Si
NIP : 196406091989032001
Pangkat/Golongan : Lektor Kepala/Gol. IV-c
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
3. ANGGOTA 2
Nama Lengkap : Dr. Alvi Purwanti, SE, MM
NIP : 197010121998022001
Pangkat/Golongan : Lektor Kepala/Gol. IV-b
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
4. ANGGOTA 3
Nama Lengkap : Dr. Pareng Rengi, M.Si
NIP : 197209171998021002
Pangkat/Golongan : Lektor Kepala/ Gol. IV-b
Fakultas/Program Studi : Perikanan dan IlmuKelautan/Pemanfaatan Sumberdaya Perairan
5. ANGGOTA 4
Nama Lengkap : Rendra Wasnuri, SE, MIB
NIP : 19780707 200812 1 001 / 0007077804
Pangkat/Golongan : Lektor / III-c
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
6. PEMBANTU PENELITIAN : Irfan Wiryia Febriansyah
Ichsan Satya Anugrah

Pekanbaru, 17 Januari 2020

Mengetahui:
Dekan FEB Universitas Riau

Prof. Dr. Sri Indarti, SE., M.Si
NIP. 196406091989032001

Ketua Peneliti,

Prof. Dr. Zulkarnain, SE, MM
NIP. 19600718 198702 1001

Menyetujui:
Ketua LPPM Universitas Riau

DAFTAR ISI

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN (SUBER IDE).....	1
B. PERUMUSAN MASALAH	5
C. MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN	5
D. LUARAN/MANFAAT PENELITIAN	6
E. TINJAUAN PUSTAKA	7
1. Teori yang Relevan	8
a. Pengembangan Ekonomi Lokal Di Kabupaten Indragiri Hilir	8
b. Konsep Pertumbuhan dan Pembangunan Ekonomi	9
c. Teori Perkembangan Ekspor	12
d. Strategi Generik Berlian Porter	16
2. Penelitian Terdahulu	20
3. Kerangka Pemikiran	22
F. METODE PENELITIAN	23
1. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
2. Cara Penentuan Ukuran Sampel	23
3. Jenis dan Sumber Data	24
4. Analisis Data.....	25
5. Teknik Analisis Data	27
a. Tahap Pertama	27
b. Tahap Kedua	28
c. Tahap Ketiga.....	30
d. Tahap Ke Empat.....	33
e. Tahap Ke Lima	34
6. Teknik Pengumpulan Data	36
G. JADWAL KEGIATAN	36
H. DAFTAR PUSTAKA	37
I. REKAPITULASI BIAYA	39
J. SUSUNAN ORGANISASI DAN PEMBAGIAN TUGAS	40
K. JUSTIFIKASI ANGGARAN PENELITIAN	40

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1	Perbedaan 3 Strategi Generik.....	19
Tabel 2	Daerah Penelitian.....	24
Tabel 3	Kriteria dan Unsur Penilaian dalam Penentuan KPJU Unggulan	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 1	Strategi Generik Porter	19
Gambar 2	Kerangka Pemikiran Produk Unggulan Dalam Peningkatan Ekspor Dan Pengembangan Ekonomi Lokal	23
Gambar 3	struktur hierarki konseptual.....	26
Gambar 4	Hierarki Operasional Penentuan KPJU Unggulan Daerah..	26
Gambar 5	Hierarki Operasional Penentuan Tingkat Kepentingan sector/Subsektor Ekonomi	27
Gambar 6	Kuadran Pemetaan KPJU Unggulan	34

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN (SUMBER IDE)

Persaingan dalam perdagangan internasional Sangat ditentukan pada keunggulan yang dimiliki atau keunggulan produk yang dihasilkan. Dalam konteks pengembangan keunggulan tersebut, setiap Pemerintah daerah yang ada di Indonesia, khususnya Pemerintah Daerah Kabupaten Indragiri Hilir mulai mengembangkan konsep produk unggulan. Proses ini dilakukan dengan mengidentifikasi produk unggulan terutama yang berasal dari sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai proses pengembangan sumber daya lokal dan optimalisasi atas potensi ekonomi daerah. Sebagai suatu strategi pembangunan, pengembangan produk unggulan dinilai mempunyai kelebihan, karena dianggap bahwa suatu daerah yang menerapkan pola pembangunan ini relatif lebih “mandiri” dalam pengembangan ekonominya. Pengembangan produk unggulan dan pengembangan UMKM dapat merupakan strategi yang efektif dalam pengembangan ekonomi daerah. Terlebih lagi pada daerah pesisir mempunyai ketimpangan ekonomi terhadap daerah pesisir di Kabupaten Indragiri Hilir.

Khusus pengembangan produk unggulan menjadi perhatian karena memiliki arti penting dan strategis terkait dengan otonomi daerah, perdagangan bebas, strategi globalisasi, dan bahkan pada konteks kedaulatan nasional. Pada umumnya kawasan pesisir di Indonesia ditandai dengan kesenjangan pembangunan dengan daerah daratan, kemiskinan

yang tinggi, isolasi karena akses yang sulit, kualitas sumber daya yang rendah, serta sarana prasarana yang minim. Situasi dan kondisi wilayah perbatasan secara umum rawan baik dari aspek ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, serta pertahanan dan keamanan.

Pada konteks inilah, pembangunan ekonomi lokal dengan pengembangan UMKM dapat menjadi salah satu alternatif bagi pengembangan kawasan pesisir. Pemberdayaan UMKM ini semestinya dilaksanakan secara simultan dalam kerangka kerja yang komprehensif dengan berbagai upaya lain seperti pendidikan, pemberdayaan masyarakat, pembangunan sosial, penyediaan infrastruktur dan lainnya.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk kegiatan usaha yang memiliki peranan sangat penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2014, terdapat sekitar 57,8 juta pelaku UMKM di Indonesia di tahun 2017 mencapai 62,9 juta, serta beberapa tahun ke depan diperkirakan jumlah pelaku UMKM akan terus bertambah. UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57-60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional.

Kontribusi sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap produk domestik bruto (PDB) semakin menggeliat dalam lima tahun terakhir. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) mencatat kontribusi sektor UMKM meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen, sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Serapan tenaga kerja pada sektor UMKM tumbuh dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir. Dengan banyaknya tenaga kerja yang diserap, Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) menilai, sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam memerangi kemiskinan, dan pengangguran, UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, juga memiliki kontribusi yang penting dalam mengatasi masalah pengangguran

UMKM dalam perekonomian nasional maupun daerah menempati kedudukan yang strategis. Hal ini karena UMKM mempunyai kontribusi yang sangat berarti dalam memberikan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, memperluas kesempatan usaha dan pemerataan, serta merupakan sumber pendapatan bagi sebagian besar masyarakat. Dengan demikian maka pengembangan UMKM merupakan suatu keniscayaan dalam rangka peningkatan ekonomi rakyat, percepatan dan pertumbuhan serta peningkatan ekonomi daerah.

UMKM mencakup hampir semua sektor/sub-sektor ekonomi daerah. Pada setiap sektor/subsektor ekonomi mencakup komoditi, produk atau jenis

usaha yang sangat beragam. Dalam rangka lebih meningkatkan efektifitas pembinaan untuk pengembangan UMKM, maka diperlukan fokus terhadap komoditi, produk atau jenis usaha yang diunggulkan, sehingga pengembangan menjadi lebih fokus. Dengan demikian dapat memprioritaskan kebijakan ekonomi melalui pengembangan produk unggulan di suatu daerah sebagai upaya untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam rangka mengurangi angka/tingkat kemiskinan di daerah. Pada akhirnya, hal tersebut diharapkan meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal serta dapat menjadi komoditi yang mempunyai nilai ekspor.

Produk-produk ekspor yang berpotensi di daerah Indragiri hilir antara lain seperti kelapa merupakan tanaman perkebunan yang sebagian besar adalah perkebunan rakyat. Kelapa memiliki nilai ekonomi, sosial, budaya dan peran strategis dalam peningkatan pendapatan petani, penyerapan tenaga kerja dan sumber devisa negara. Semua bagian dari tanaman kelapa dapat dimanfaatkan sebagai sumber bahan makanan, pangan fungsional dan papan, serta berbagai keperluan lain. Sehingga kelapa disebut sebagai pohon kehidupan atau *The Tree of Life*. Produk jenis kelapa banyak fungsinya dari satu produk ini saja sangat banyak manfaatnya, dan biasanya dijadikan berbagai macam olahan seperti arang batok, serabut, kopra, santan dan lain sebagainya, produk yang bernilai jual tinggi dan biasa dijadikan jenis produk ekspor apabila diolah dengan baik jenis-jenis produk yang di hasilkan

untuk di kembangkan diantaranya arang batok, anyaman Bemban, sandal pandan, gipang bihun, sagu kering, abon ikan inyak virgin oil, kerupuk udang, belacan dan lain sebagainya.

Berdasarkan potensi produk di kabupaten Indragiri hilir baik karena orientasi ekspor meningkatkan ekonomi masyarakat lebih perlu kajian analisis yang mendalam agar keberlanjutan produk unggulan dapat di kembangkan

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah pertumbuhan produk unggulan memiliki daya saing?
2. Bagaimana Penciptaan lapangan kerja bagi produk unggulan?
3. Bagaimana daya saing produk unggulan, terutama untuk orientas ekspor?
4. Bagaimana strategi yang di gunakan bagi produk unggulan yang berorientasi ekspor maupun ekonomi masyarakat lokal ?

C. MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

Sejalan dengan perumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis Pertumbuhan ekonomi kabupaten Indragiri Hilir
2. Menganalisis penciptaan lapangan kerja produk unggulan di kabupaten Indragiri Hilir
3. Menganalisis daya saing produk unggulan di kabupaten Indragiri Hilir
4. Menganalisis strategi yang digunakan untuk produk unggulan yang berorientasi ekspor, maupun ekonomi masyarakat lokal.

D. LUARAN/MANFAAT PENELITIAN

Luaran dalam penelitian ini :

1. Tahun Pertama Mengikuti seminar atau Simposium/Prosiding
2. Tahun Ke 2 Jurnal International

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain dapat dikategorikan dalam dua kategori, yakni kategori keilmuan dan praktis. Manfaat bagi keilmuan diantaranya:

- a. Sumbangan pemikiran kepada pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir dalam hal pembinaan dan pengembangan UMKM dalam persaingan.
- b. Memberikan sumbangan literatur empiris dalam bidang strategi dan pengembangan, terutama bagi peneliti lainnya yang membuat kajian yang sama.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori yang relevan

PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

Samuelson (1997) mendefinisikan bahwa pertumbuhan ekonomi menunjukkan adanya perluasan atau peningkatan dari gross domestic product potensial atau output dari suatu negara.

Ada empat faktor yang menyebabkan pertumbuhan ekonomi, yaitu :

Sumber Daya Manusia, yaitu meliputi tenaga kerja, keterampilan, pengetahuan dan disiplin kerja. Faktor ini merupakan faktor penting dalam pertumbuhan ekonomi. Kenyataan dalam dunia ekonomi unsur lain dalam produksi seperti barang-barang modal, bahan mentah dan teknologi dapat dibeli atau dipinjam. Sebuah negara mungkin dapat membeli peralatan telekomunikasi paling modern, komputer dan lain-lain. Meskipun demikian barang-barang modal tersebut hanya dapat digunakan secara efektif dan terawat bila sumber daya manusianya terampil dan terlatih.

Sumber Daya Alam. Faktor produksi kedua adalah tanah. Sumber daya yang penting disini adalah tanah yang dapat ditanami, minyak dan gas, hutan, air dan bahan mineral lain.

Pembentukan Modal. Akumulasi modal, seperti yang kita ketahui membutuhkan pengorbanan konsumsi untuk beberapa tahun lamanya. Negara yang tumbuh dengan cepat cenderung untuk melakukan investasi

besar-besaran pada barang modal baru, pada negara-negara yang pertumbuhannya paling cepat, 10 sampai 20 persen dari pendapatannya menjadi dana pembentukan modal. Modal bukan saja dalam bentuk komputer, pabrik, namun banyak investasi yang hanya dilakukan oleh pemerintah dan terletak pada kerangka kerja untuk mendorong sektor swasta. Investasi ini disebut Social Overhead Capital (SOC) dan terdiri atas proyek-proyek skala besar yang mendorong perdagangan komersial, jalan-jalan, irigasi dan proyek pengairan, dan pelayanan kesehatan masyarakat adalah contoh-contoh penting. Seringkali proyek-proyek tersebut berkaitan dengan eksternal ekonomi, akan tetapi sektor swasta tidak dapat melakukannya, jadi pemerintah harus masuk dan menjamin bahwa investasi sosial atau infrastruktur itu dijalankan.

Perubahan Teknologi dan Inovasi. Sebagai tambahan bagi ketiga faktor klasik tersebut, pertumbuhan ekonomi tergantung pada fungsi keempat yang vital yaitu teknologi. Dalam sejarahnya pertumbuhan bukan merupakan proses replikasi sederhana, penambahan pabrik dan pekerja yang serupa satu sama lain. Akan tetapi lebih kepada bentuk proses penemuan dan perubahan teknologi yang berkelanjutan yang membawa kepada perbaikan yang pesat bagi kemungkinan produksi.

Menurut Boediono (1999), pertumbuhan ekonomi adalah suatu proses dari kenaikan output perkapita dalam jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi disini meliputi tiga aspek:

- Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu proses (aspek ekonomi), suatu perekonomian berkembang atau berubah dari waktu ke waktu.
- Pertumbuhan ekonomi berkaitan dengan adanya kenaikan output perkapita, dalam hal ini ada dua aspek penting, yaitu: output total dan jumlah penduduk. Output perkapita adalah output total dibagi dengan jumlah penduduk.
- Pertumbuhan ekonomi dikaitkan dengan perspektif waktu, suatu perekonomian dikatakan tumbuh bila dalam jangka waktu yang cukup lama (lima tahun) mengalami kenaikan output perkapita.

Suatu perekonomian dapat dikatakan mengalami pertumbuhan jika tingkat kegiatan ekonomi lebih tinggi daripada yang dicapai dimasa sebelumnya. Pertumbuhan dan perkembangan baru tercipta apabila jumlah fisik barang-barang dan jasa yang dihasilkan bertambah besar pada tahun berikutnya.

KONSEP PERTUMBUHAN DAN PEMBANGUNAN EKONOMI

Menurut Sukirno, Sadono (2000) pertumbuhan ekonomi merupakan perubahan tingkat kegiatan dari tahun ke tahun. Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan ekonomi, harus diperbandingkan pendapatan nasional berbagai tahun yang dihitung berdasarkan harga konstan. Jadi perubahan nilai pendapatan nasional hanya semata-mata disebabkan oleh perubahan dalam tingkat kegiatan ekonomi. Pertumbuhan baru tercapai apabila jumlah barang dan jasa yang dihasilkan bertambah besar pada tahun berikutnya.

Pertumbuhan ekonomi sangat diharapkan karena akan membuat masyarakat mengkonsumsi barang dan jasa dalam jumlah yang besar dan juga penyediaan barang dan jasa sosial, sehingga hidup masyarakat dapat ditingkatkan.

Pertumbuhan ekonomi daerah akan dapat dipacu dengan pembangunan ekonomi lokal daerah sebagai basis produksi yang dapat mendorong peningkatan output daerah. Pembangunan ekonomi lokal akan mencakup hal-hal sebagai berikut:

a. Peranan Sektor Produksi Dalam Pembangunan Ekonomi

Peranan sektor produksi dalam pembangunan ekonomi sangat penting karena sebagian besar anggota masyarakat di negara-negara miskin menggantungkan hidupnya pada sektor tersebut. Jika para perencana dengan sungguh-sungguh memperhatikan kesejahteraan masyarakatnya, maka satu-satunya cara adalah dengan meningkatkan kesejahteraan sebagian besar anggota masyarakatnya yang hidup di sektor produksi. Peran sektor produksi sebagai tulang punggung perekonomian nasional terbukti tidak hanya pada situasi normal, tetapi terlebih pada masa krisis.

b. Syarat-Syarat Pembangunan Produksi

Keberhasilan pembangunan produksi memerlukan beberapa syarat atau pra kondisi yang untuk tiap daerah berbeda-beda. Pra kondisi tersebut meliputi bidang-bidang teknis, ekonomis, sosial budaya dan lain-lain. Menurut A. T Mosher ada lima syarat yang harus ada dalam pembangunan sektor

produksi. Apabila salah satu syarat tersebut tidak terpenuhi maka terhentilah pembangunan tersebut, syarat tersebut adalah:

- 1) Adanya pasar untuk hasil-hasil usaha tani.
- 2) Teknologi yang senantiasa selalu berkembang.
- 3) Tersedianya bahan-bahan dan alat-alat produksi secara lokal.
- 4) Adanya perangsang produksi bagi petani.
- 5) Tersedianya pengangkutan yang lancar dan kontinyu.

c. Tahap-tahap Pembangunan Pertanian

Menurut Todaro, Michael (2006) ada tiga pokok dalam evolusi produksi pembangunan sebagai berikut:

- 1) Produksi tradisional yang produktifitasnya rendah
- 2) Produk manufaktur sudah mulai terjadi dimana produk sudah ada yang dijual ke sektor komersial atau pasar, tetapi pemakaian modal dan teknologi masih rendah
- 3) Produksi modern yang produktifitasnya sangat tinggi yang disebabkan oleh pemakaian modal dan teknologi yang tinggi pula.

Pada tahap ini produk seluruhnya ditujukan untuk melayani keperluan pasar komersial. Modernisasi produksi dari tahap tradisional (subsistem) menuju produksi modern membutuhkan banyak upaya lain selain pengaturan kembali struktur ekonomi manufaktur atau penerapan teknologi produksi yang baru. Hampir semua masyarakat tradisional, produksi bukanlah hanya sekedar

kegiatan ekonomi saja, tetapi sudah merupakan bagian dari cara hidup mereka. Pemerintah yang berusaha mentransformasi produksi tradisional haruslah menyadari bahwa pemahaman akan perubahan-perubahan yang mempengaruhi seluruh sosial, politik dan kelembagaan masyarakat pedesaan adalah sangat penting. Tanpa adanya perubahan-perubahan seperti itu, pembangunan sektor produksi tidak akan pernah bisa berhasil seperti yang diharapkan.

TEORI PERKEMBANGAN EKSPOR

Menurut Undang-Undang Perdagangan Tahun 1996 tentang Ketentuan Umum di Bidang Ekspor, ekspor adalah kegiatan mengeluarkan dari Daerah Pabean. Keluar dari daerah pabean berarti keluar dari wilayah yuridiksi Indonesia. Defenisi lain menyebutkan bahwa ekspor merupakan upaya mengeluarkan barang-barang dari peredaran dalam masyarakat dan mengirimkan ke luar negeri sesuai ketentuan pemerintah dan mengharapkan pembayaran dalam valuta asing (Amir, 2004).

Ekspor (export) adalah berbagai macam barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri lalu di jual di luar negeri (Mankiw, 2006). Ditinjau dari sudut pengeluaran, ekspor merupakan salah satu faktor terpenting dari Gross Nasional Product (GNP), sehingga dengan berubahnya nilai ekspor maka pendapatan masyarakat secara langsung juga akan mengalami perubahan. Dilain pihak, tingginya ekspor suatu negara akan menyebabkan perekonomian tersebut akan sangat sensitif terhadap keguncangan-

keguncangan atau fluktuasi yang terjadi di pasaran internasional maupun di perekonomian dunia (Irham dan Yogi, 2003).

Fungsi penting komponen ekspor dari perdagangan luar negeri adalah negara memperoleh keuntungan dan pendapatan nasional naik, yang pada gilirannya menaikkan jumlah output dan laju pertumbuhan ekonomi. Dengan tingkat output yang lebih tinggi lingkaran setan kemiskinan dapat dipatahkan dan pembangunan ekonomi dapat ditingkatkan (Jhingan, 2000).

Selain menambah peningkatan produksi barang untuk dikirim ke luar negeri, ekspor juga menambah permintaan dalam negeri, sehingga secara langsung ekspor memperbesar output industri-industri itu sendiri, dan secara tidak langsung permintaan luar negeri mempengaruhi industri untuk mempergunakan faktor produksinya, misalnya modal, dan juga menggunakan metode-metode produksi yang lebih murah dan efisien sehingga harga dan mutu dapat bersaing di pasar perdagangan internasional.

Suatu wilayah dapat mengekspor barang produksinya ke negara lain apabila barang tersebut diperlukan negara lain dan mereka tidak dapat memproduksi barang tersebut atau produksinya tidak dapat memenuhi keperluan dalam negeri. Faktor yang lebih penting lagi adalah kemampuan dari negara tersebut untuk mengeluarkan barang-barang yang dapat bersaing dalam pasaran luar negeri. Maksudnya, mutu dan harga barang yang diekspor tersebut haruslah paling sedikit sama baiknya dengan yang diperjualbelikan dalam pasaran luar negeri. Cita rasa masyarakat di luar negeri terhadap

barang yang dapat diekspor ke luar negara sangat penting peranannya dalam menentukan ekspor sesuatu negara. Secara umum boleh dikatakan bahwa semakin banyak jenis barang yang mempunyai keistimewaan yang sedemikian yang dihasilkan oleh suatu negara, semakin banyak ekspor yang dapat dilakukan (Sadono Sukirno, 2008).

Menurut Mankiw (2006), berbagai faktor yang dapat mempengaruhi ekspor, impor, dan ekspor neto suatu negara, meliputi:

2. Selera konsumen terhadap barang-barang produksi dalam negeri dan luar negeri.
3. Harga barang-barang di dalam dan di luar negeri.
4. Kurs yang menentukan jumlah mata uang domestik yang dibutuhkan untuk membeli mata uang asing.
5. Pendapatan konsumen di dalam negeri dan luar negeri.
6. Ongkos angkutan barang antarnegara.
7. Kebijakan pemerintah mengenai perdagangan internasional.

Menurut Todaro (2004), ekspor adalah kegiatan perdagangan internasional yang memberikan rangsangan guna menumbuhkan permintaan dalam negeri yang menyebabkan tumbuhnya industri-industri pabrik besar, bersama dengan struktur politik yang stabil dan lembaga sosial yang fleksibel. Dengan kata lain, ekspor mencerminkan aktifitas perdagangan internasional, sehingga suatu negara yang sedang berkembang kemungkinan untuk mencapai kemajuan perekonomian setara dengan negara-negara yang lebih maju.

Ekspor adalah proses transportasi barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan. Banyak ahli ekonomi menganggap bahwa perdagangan internasional sebagai suatu keseimbangan kemampuan produksi internal dengan permintaan di dalam negeri. Sekiranya rakyat suatu negara lebih banyak meminta produk tertentu melebihi kemampuan produksinya sendiri, maka kekurangannya akan dipenuhi dengan mengimpornya. Begitu juga terjadinya ekspor, sekiranya jumlah konsumsi produk yang dihasilkan lebih kecil, berarti kelebihanannya merupakan produk yang dapat diekspor. (Bachrawi, 2004).

Secara teoritis, perdagangan internasional terjadi karena dua alasan utama. Pertama, negara-negara berdagang karena pada dasarnya mereka berbeda satu sama lain. Setiap negara dapat memperoleh keuntungan dengan melakukan sesuatu yang relatif lebih baik. Kedua, negara-negara melakukan perdagangan dengan tujuan untuk mencapai skala ekonomi (*economies of scale*) dalam produksi. Maksudnya, jika setiap negara hanya memproduksi sejumlah barang tertentu, mereka dapat menghasilkan barang-barang tersebut dengan skala yang lebih besar dan karenanya lebih efisien jika dibandingkan kalau negara tersebut memproduksi segala jenis barang. Pola-pola perdagangan dunia yang terjadi mencerminkan perpaduan dari kedua motif ini. (Basri, 2010).

Perdagangan Internasional memunculkan teori-teori yang berkembang dari mulai masa klasik, modern hingga yang mutakhir. Dalam teori modern mengenai perdagangan internasional dikenal teori Heckscher dan Ohlin (H-

O). Teori ini disebut juga factor proportion theory atau teori ketersediaan faktor. Seiring dengan perkembangannya Model H-O mendominasi teori perdagangan internasional dikarenakan menerapkan alat analisis yang lebih matematis dan mengaitkan model tersebut dengan teori ekonomi lainnya, tetapi juga berkenaan dengan validitas teori tersebut terhadap kenyataan perdagangan internasional. Heckscher-Ohlin model (the H-O model) menekankan bahwa keuntungan komparatif ditentukan oleh perbedaan relatif kekayaan faktor produksi (*the relative of endowments of factors of production*) dan penggunaan faktor tersebut (the abundant factor) secara relatif intensif dalam kegiatan produksi barang ekspor.

Perkembangan ekspor dari suatu negara tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor keunggulan komparatif, tetapi juga oleh faktor-faktor keunggulan suatu negara di dalam persaingan global selain ditentukan oleh keunggulan komparatif (teori-teori klasik dan H-O) yang dimilikinya dan juga karena adanya proteksi atau bantuan fasilitas dari pemerintah, juga sangat ditentukan oleh keunggulan kompetitifnya.

Keunggulan kompetitif tidak hanya dimiliki oleh suatu negara, tetapi juga dimiliki oleh perusahaan-perusahaan di negara tersebut secara individu atau kelompok perbedaan lainnya dengan keunggulan komparatif maka keunggulan kompetitif sifatnya lebih dinamis dengan perubahan-perubahan, misalnya teknologi dan sumber daya manusia.

GENERIK STRATEGI OLEH BERLIAN PORTER

Menurut Porter (1994, p9) keunggulan kompetitif hanya akan diperoleh lewat salah satu dari dua sumber: bisa dari keunggulan menciptakan biaya yang rendah (cost leadership) atau dari kemampuan organisasi untuk menjadi berbeda (differentiation) dibandingkan para pesaingnya. Faktor kedua dalam pendekatan ini adalah cakupan produk pasar (competitive scope) dimana organisasi saling bersaing satu sama lain dalam pasar yang luas dan sempit. Gabungan dari dua faktor ini membentuk dasar dari *strategi bersaing generik Porter* (lihat Gambar 2.1) yaitu (a) Kepemimpinan biaya (cost leadership), (b) Diferensiasi (differentiation) dan (c) Fokus (berbasis biaya atau diferensiasi).

1) Strategi Kepemimpinan Biaya

Strategi yang digunakan organisasi apabila organisasi ingin menjadi pemimpin pasar berbasis biaya rendah dengan basis pelanggan yang luas. Biaya disini merupakan total biaya produksi dan bukan pada harga.

Keuntungan kepemimpinan biaya:

- a. Perusahaan yang berbasis biaya rendah dapat memperoleh pendapatan diatas rata-rata meskipun persaingan dipasar sangat kuat.
- b. Posisi sebagai pemimpin pasar berbasis biaya juga memberikan fleksibilitas kepada perusahaan untuk bekerja sama dengan pemasoknya.

Kerugian kepemimpinan biaya:

- a. Strategi ini sangat tergantung dengan kemampuan pesaing dalam mengimitasi dan meniru kesuksesan diferensiasi strategi produk.
- b. Perusahaan bisa terjebak dengan memberikan diferensiasi yang terlalu banyak pada produknya.

2) Strategi Diferensiasi

Perusahaan akan menggunakan strategi diferensiasi bila ingin bersaing dengan pesaing-pesaing dalam hal keunikan produk dan jasa yang ditawarkan. Diferensiasi dapat dilakukan dalam banyak bentuk, seperti diferensiasi dalam:

- Gengsi
- Teknologi
- Inovasi
- Fitur
- Jasa pelayanan pelanggan
- Jaringan dealer

Kekurangan dari strategi diferensiasi:

- Strategi ini sangat tergantung dengan kemampuan pesaing dalam mengimitasi dan meniru kesuksesan diferensiasi strategi produk.
- Perusahaan bisa terjebak dengan memberikan diferensiasi yang terlalu banyak bagi produknya.
- Dengan memberikan diferensiasi yang salah, perusahaan bisa merusak citra perusahaan itu sendiri.

3) Strategi Fokus

Perusahaan dengan strategi fokus melayani kebutuhan spesifik ceruk pasar (market niche). Perusahaan dapat memilih strategi fokus berbasis biaya atau diferensiasi. Perbedaannya terletak pada segmentasinya yang lebih kecil. (Gambar 2.2) memperlihatkan tiga cara melakukan segmentasi celah pasar: (1) Geografis, (2) Tipe konsumen, (3) Segmen lini produk.

Keunggulan strategi fokus:

- Perusahaan bisa mendapatkan sedikit pesaing dan penjual yang mempunyai kekuatan tawar yang lemah apabila perusahaan menargetkan produknya pada segmen pasar yang kurang sensitif terhadap harga
- Perusahaan dengan strategi fokus, paham mengenai ceruk pasarnya dan mengenalnya dengan baik

Kerugian strategi fokus:

- Adanya ancaman dari perusahaan berbasis diferensiasi yang mungkin akan mengambil celah pasar dari perusahaan strategi fokus.
- Kemungkinan perubahan rasa atau kebutuhan dari konsumen pada celah pasar

Kenyataan bahwa perusahaan pengadopsi strategi fokus masih beroperasi pada skala kecil menyulitkan perusahaan untuk menurunkan biaya produksi secara signifikan.

The Three Generic Strategies

		STRATEGIC ADVANTAGE	
		Differentiation (Uniqueness Perceived by the Customer)	Lower Cost (Low Cost Position)
STRATEGIC TARGET (SCOPE)	Broad Target (Industry Wide)	Differentiation	(Overall) Cost Leadership
	Narrow Target (Particular Segment Only)	Differentiation Focus	Cost Focus

Sumber: Michael A. Porter, 1980 dan 1985.

Gambar. 2-1 Strategi Generik Porter

Berikut merupakan perbedaan antara strategi *Cost Leadership*, strategi diferensiasi, dan strategi fokus:

Tabel 2-1 Perbedaan 3 Strategi Generik

	Cost Leadership	Differentiation	Focus
Definisi	Sebagai produsen yang berbiaya rendah dalam industrinya	Berusaha menjadi sebuah perusahaan yang unik di dalam perindustriannya	Perusahaan yang bersaing dalam cakupan persaingan yang sempit dalam suatu industri
Cangkupan Pangsa Pasar	Besar	Besar/Kecil	Kecil
Cangkupan pesaing	Besar	Besar/Kecil	Kecil
Strategi yang digunakan	Fokus terhadap perilaku biaya terhadap konsumen	Fokus terhadap permintaan konsumen	Fokus terhadap satu lini produk/jasa

	Cost Leadership	Differentiation	Focus
Hasil yang dicapai	Biaya produk/jasa rendah, sehingga harga penjualan produk/jasa paling rendah diantara pesaing lainnya	Produk/jasa yang dihasilkan unik, berbeda dengan produk/jasa yang dihasilkan oleh para pesaing lainnya	Produk/jasa yang dihasilkan lebih unggul dibanding dengan pesaing lainnya, karena khusus <i>concern</i> pada satu lini produk saja
Harga Penjualan	Harga rendah	Harga Tinggi (karena tidak mementingkan harga penjualan)	Harga bisa rendah bisa juga tinggi, tergantung fokus terhadap biaya atau differentiation

Sumber: diolah oleh peneliti dari buku “Keunggulan Bersaing”, Michael E. Porter

F. Penelitian Terdahulu

Sriyana (2010) mengkaji bahwa UKM memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal daerah, khususnya dalam menggerakkan aktivitas ekonomi regional dan penyediaan lapangan kerja di Kabupaten Bantul. Namun demikian industri UKM masih memiliki masalah mendasar, yaitu masalah kualitas produk, pemasaran dan *sustainability* usaha. Adapun regulasi dari pemerintah yang dapat diberikan untuk memberikan peluang berkembangnya UKM meliputi perbaikan sarana dan prasarana, akses perbankan dan perbaikan iklim ekonomi yang lebih baik untuk mendukung dan meningkatkan daya saing mereka serta untuk meningkatkan pangsa pasar.

Jaharnsyah, Novianti, dan Ernaning (2013) mengidentifikasi kriteria pengembangan ekspor UKM yang didapat yaitu, keterkaitan bahan baku, nilai investasi, peningkatan keuntungan, penentuan harga, motivasi kewirausahaan, penetrasi pasar, pemanfaatan teknologi, inovasi produk, persaingan usaha, kapasitas produksi, kualitas produk, dan ketepatan *delivery order*. Masing-masing kriteria tersebut memiliki beberapa strategi yang harus dilakukan dalam pengembangan ekspor UKM sepatu yaitu, pemetaan supplier yang dapat memberikan kredit bahan baku, memberikan fasilitas dan sarana peningkatan kualitas SDM serta meningkatkan penyerapan tenaga kerja lokal oleh pemerintah dan UKM, mengajukan sertifikasi kualitas produk sepatu pada pemerintah, mengikuti pameran-pameran sepatu bertaraf internasional maupun nasional, menjamin kredit UKM sepatu dilembaga keuangan yang ada, upaya dalam memfasilitasi tersenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan dan non diskriminatif bagi keberlangsungan dan peningkatan UKM, membuat sistem penjadwalan produksi pada UKM sepatu.

Antara, dkk (2011) melakukan analisis pengembangan komoditas/ produk/ Jenis usaha unggulan UMKM di Provinsi Bali. Penelitian ini menggunakan alat analisis AHP guna menentukan Strategi unggulan sektor dan lintas sektor, baik di tingkat kabupaten maupun di tingkat provinsi. Dalam hal ini kriteria yang di pergunakan adalah tenaga kerja terampil,

bahan baku, modal, sarana produksi/usaha, teknologi, sosial budaya, manajemen usaha, ketersediaan pasar, harga, penyerapan tenaga kerja, dan sumbangan terhadap perekonomian.

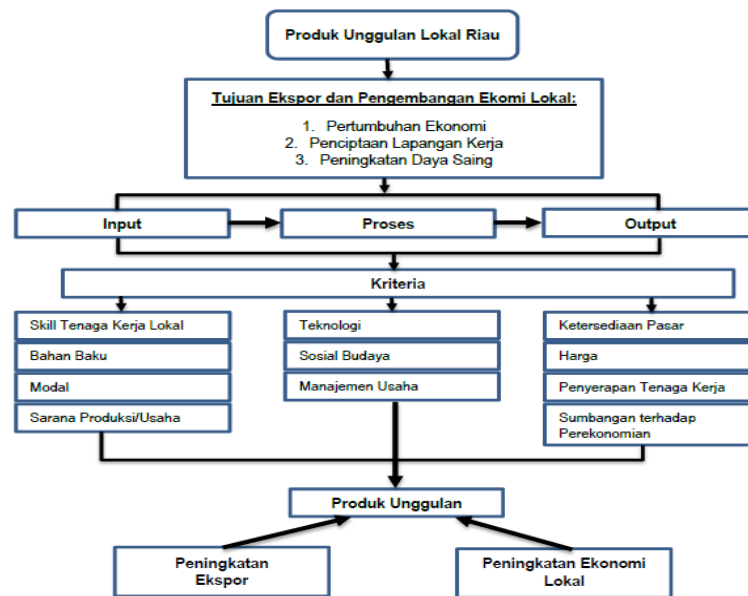
G. Kerangka Pemikiran

Produk unggulan merupakan produk yang potensial untuk dikembangkan dalam suatu wilayah dengan memanfaatkan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia setempat, serta mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah. Produk unggulan juga merupakan produk yang memiliki daya saing, berorientasi pasar dan ramah lingkungan, sehingga tercipta keunggulan kompetitif yang siap menghadapi persaingan global.

Kerangka analisis strategi produk unggulan dalam peningkatan ekspor dan Pengembangan ekonomi lokal ini dan keterkaitan variabel dan indikator dijelaskan melalui hubungan variabel dan aspek yang terkait Pengembangan ekonomi lokal yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir. Kerangka berfikir Pengkajian Produk Unggulan Dalam Peningkatan Ekspor Dan Pengembangan Ekonomi Lokal Di Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2 1. Kerangka Pemikiran Produk Unggulan Dalam Peningkatan Ekspor Dan Pengembangan Ekonomi Lokal





H. Roadmap Penelitian

I. METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian pada tahun 2019 dilaksanakan di Kabupaten Indragiri Hilir pada 10 Kecamatan pada tahun pertama dan 10 kecamatan pada tahun kedua

2. Cara Penentuan Ukuran Sampel

Penetapan KPJU unggulan daerah Desa/Kelurahan di Kecamatan dilakukan dengan menghimpun informasi dari sebagian besar kecamatan yang ada dengan mempertimbangkan keterwakilan dari karakteristik wilayah secara geografis, jumlah UMKM, kontribusi pembentukan PDRB kabupaten serta kebijakan Pemerintah.

Daerah. Jumlah sampel wilayah kecamatan yang tercakup dalam penelitian ini sebanyak 10 kecamatan dengan 127 Desa dan 20 Kelurahan yang tersebar di wilayah kabupaten Indragiri Hilir. Adapun sebarannya seperti ditampilkan pada Tabel 1.

No.	Kecamatan	Jumlah	
		Desa	Kelurahan
1	Batang Tuaka	13	1
2	Kempas	12	2
3	Kemuning	12	1
4	Keritang/Kota Baru	17	1
5	Kuindra	8	1
6	Rete/Pulau Kijang	14	3
7	Tembilahan Hulu	6	2
8	Tanah Merah	10	1
9	Tempuling	9	4
10	Enok	14	4
	Jumlah	127 Desa	20 Kelurahan

Sumber : Permendagri 137 Tahun 2017

3. Jenis dan Sumber Data

Data Primer, yaitu data dan informasi yang diperoleh secara langsung dari narasumber/ responden, yang terdiri dari pejabat Pemerintah Daerah,

dinas/instansi terkait (sektor pertanian, perindustrian, perdagangan, perhubungan), Bappeda, Asosiasi/Kadinda, dan pada tingkat kecamatan serta Desa dan Kelurahan dengan narasumber adalah Koordinator Statistik Kecamatan, Camat atau Seksi yang membidangi Perekonomian Kecamatan, dan pelaku usaha atau tokoh masyarakat. Pengumpulan data dilakukan melalui *"Indepth Interview"* kepada pejabat instansi/dinas terkait dan pemimpin/pejabat bank pelaksana di daerah untuk mendapatkan penilaian pejabat terkait di tingkat kecamatan dan Desa/Kelurahan dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner), panduan diskusi, dan panduan wawancara. Metode pengumpulan data juga bisa dilakukan melalui mekanisme Diskusi Kelompok Terarah (*Focus Group Discussion*) untuk memperoleh pendapat narasumber baik dalam rangka menetapkan KPJU unggulan maupun menjangkau informasi tentang kendala/permasalahan, faktor penghambat dan pendukung serta kebijakan pemerintah dalam pengembangan UMKM, khususnya untuk KPJU unggulan yang terpilih.

Data Sekunder, yaitu data dan informasi yang diperoleh dari dokumen/publikasi/laporan penelitian dari dinas/instansi dan sumber data lainnya yang menunjang.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan metode sebagai berikut :

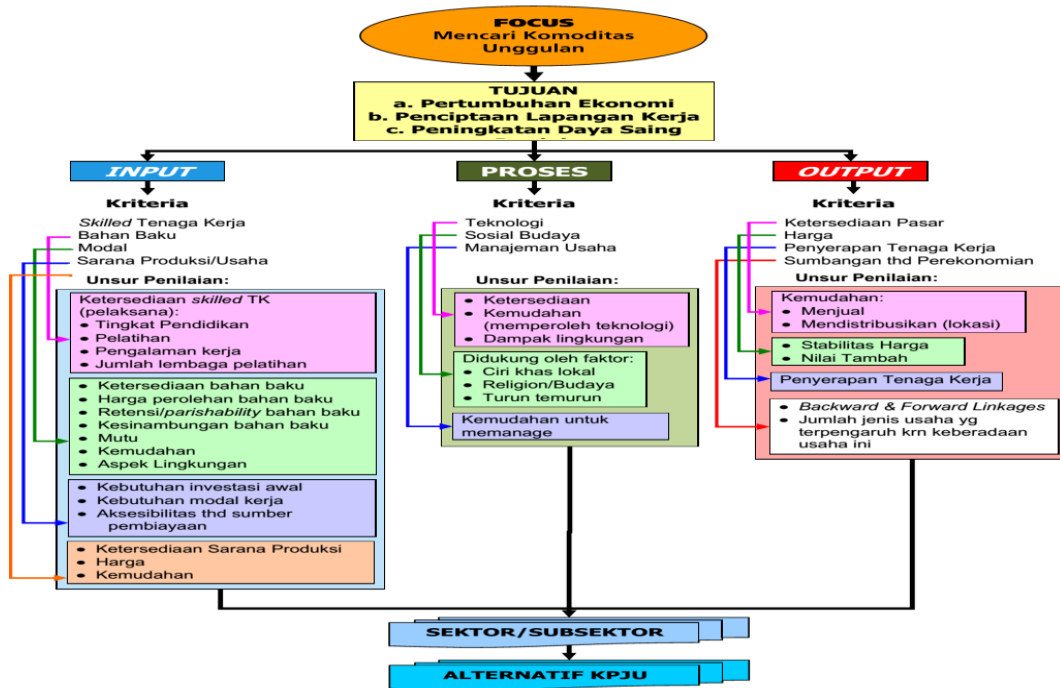
- a) Melakukan survey di kecamatan/kelurahan yang sudah ditentukan serta dinas/instansi terkait yang berada di kabupaten Indragiri Hilir. Sebagai informan kunci pada level kecamatan ditetapkan Camat, pada tingkat kelurahan adalah Lurah/kepala desa, termasuk dinas instansi terkait dengan objek penelitian ini.
- b) Mengumpulkan data primer dan sekunder dengan menggunakan teknik observasi.
- c) Menggunakan kuesioner, interview dan wawancara yang mendalam terhadap objek penelitian.

Melakukan analisis data dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif.

5. Teknik Analisis Data

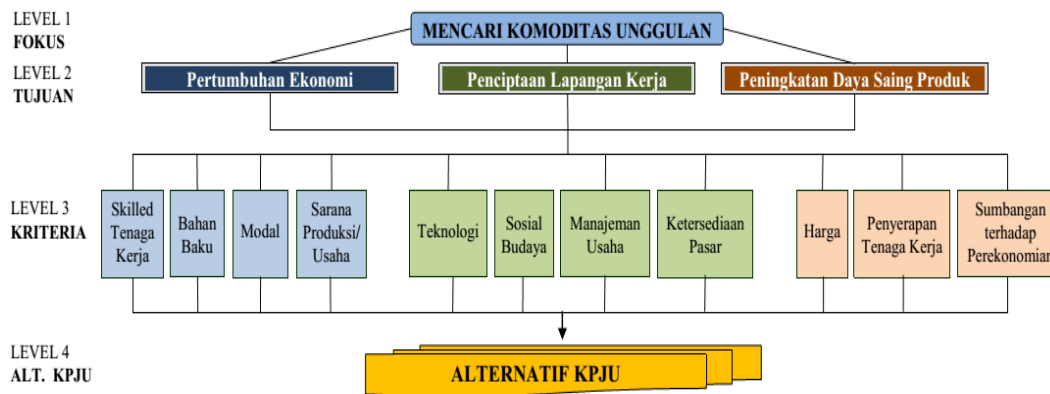
Analisis data primer dan sekunder dilakukan dalam rangka menjawab tujuan penelitian. Untuk menjawab tujuan pertama, analisis yang dilakukan adalah analisis diskriptif, tabulasi silang, dan statistik deskriptif. Hasil analisis deskriptif tersebut digunakan sebagai bahan untuk penyusunan rekomendasi. Khusus dalam rangka analisis dan penetapan KPJU unggulan metode analisis yang digunakan adalah Metode Bayes, Metode Borda, dan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan struktur hierarki konseptual seperti dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2
struktur hierarki konseptual

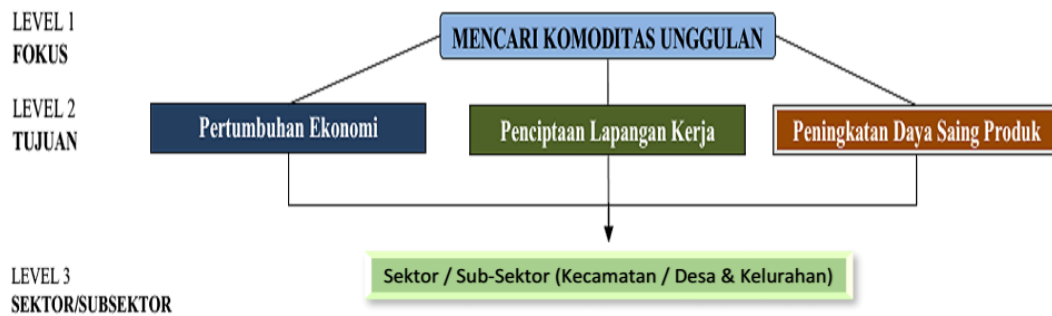


Gambar 1.4.1. Hierarki Konseptual Penentuan KPJU Unggulan Daerah

Proses penetapan KPJU unggulan dengan menggunakan Metode AHP dapat dilihat pada Gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar 1.4.2. Hierarki Operasional Penentuan KPJU Unggulan Daerah



Gambar 1.4.3. Hierarki Operasional Penentuan Tingkat Kepentingan Sektor/Subsektor Ekonomi

a. Tahap Pertama

Tahap pertama adalah penentuan nilai bobot tujuan, bobot kriteria, dan bobot sektor ekonomi yang dilakukan di tingkat Kabupaten berdasarkan pendapat Pejabat Dinas Terkait dan Tim Pakar lintas sektoral. Nilai bobot tujuan, kriteria, dan sektor ekonomi berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode AHP digunakan sebagai bobot tujuan, bobot kriteria dan bobot sektor ekonomi untuk semua sektor/subsektor dan 10 Kecamatan daerah penelitian di Kabupaten Indragiri Hilir. Dalam hal bobot kriteria yang dianalisis adalah:

- I. Penentuan bobot masing-masing kriteria untuk (1) penyaringan komoditi unggulan di tingkat Desa / Kelurahan, dan (2) penyaringan hasil komoditi unggulan di tingkat Desa / Kelurahan menjadi *Short list* untuk masukan penyaringan komoditi tingkat Kecamatan : (i) Jumlah unit usaha/rumah tangga usaha atau volume produksi untuk masing-masing KPJU dari setiap kecamatan yang bersumber dari data sekunder/statistik; (ii) Jangkauan Pemasaran; (iii)

Ketersediaan bahan baku/sarana produksi (persepsi narasumber):

(1) Sarana produksi pertanian /bibit (sektor pertanian); (2) Sarana produksi/bahan baku (sektor industri); dan (3) Sarana usaha (sektor perdagangan, angkutan, jasa). (4) Kontribusi KPJU terhadap perekonomian wilayah Desa/Kelurahan dan Kecamatan (persepsi narasumber)

II. Penentuan bobot kriteria untuk penyaringan KPJU unggulan Kecamatan untuk masing- masing sektor/subsektor dan lintas sektor:

- (1) Tenaga kerja terampil yang dibutuhkan (*Skilled*);
- (2) Bahan baku;
- (3) Modal;
- (4) Sarana produksi/usaha;
- (5) Teknologi;
- (6) Sosial budaya;
- (7) Manajemen usaha;
- (8) Ketersediaan pasar;
- (9) Harga;
- (10) Penyerapan tenaga kerja; dan
- (11) Sumbangan terhadap perekonomian.

b. Tahap Kedua

Tahap kedua dilaksanakan guna menghasilkan Identifikasi KPJU Unggulan pada setiap sektor ekonomi pada tingkat kecamatan, dengan menggunakan kriteria dan bobot masing-masing kriteria berdasarkan hasil tahap pertama. Langkah awal yang dilakukan pada tahap kedua ini adalah memperoleh data semua KPJU untuk setiap sektor/subsektor yang ada pada setiap kecamatan (*long list*). Berdasarkan *long list* tersebut dilakukan penyaringan untuk memperoleh KPJU unggulan untuk setiap sektor/subsektor dengan menggunakan metode Bayes. Metode Bayes adalah suatu metode pendekatan secara statistik untuk menghitung *tradeoffs* diantara keputusan yang berbeda-beda, dengan menggunakan probabilitas yang menyertai suatu pengambilan keputusan tersebut.

Penggunaan metode Bayes untuk menentukan skor terbobot dari kriteria tingkat kecamatan, yaitu (a) Jumlah unit usaha/rumahtangga usaha atau volume produksi bersumber dari data sekunder, sedangkan (b) Pasar, (c) Ketersediaan bahan baku/sarana produksi, dan (d) Kontribusi terhadap perekonomian kecamatan. Penilaian (pemberian skor dan bobot) terhadap setiap KPJU untuk setiap sektor/subsektor yang ada pada *long list*.

Penilaian dilakukan oleh narasumber melalui mekanisme *indepth interview* dan pengisian matrik identifikasi alternatif komoditi/produk/jenis usaha unggulan tingkat kecamatan. Narasumber tersebut adalah Koordinator statistik Kecamatan, Pimpinan atau staf/seksi perekonomian dari

semua kecamatan yang dijadikan daerah penelitian, serta pelaku usaha atau tokoh masyarakat setempat. *Output* dari analisis dengan menggunakan metode Bayes adalah nilai skor terbobot dari setiap KPJU yang diidentifikasi. Analisis berikutnya adalah melakukan pengurutan dari skor terbobot tertinggi ke terendah (*descending sorting*). Akhirnya masing-masing kecamatan **ditetapkan 5 (lima) KPJU** dari setiap sektor/subsektor yang memiliki skor terbobot tertinggi.

c. Tahap Ketiga

Tahap ketiga dilaksanakan untuk menghasilkan KPJU unggulan untuk setiap sektor/subsektor dan lintas sektor pada tingkat Kecamatan. Diawali dengan penyaringan KPJU unggulan untuk semua kecamatan, yaitu dengan menggabungkan hasil identifikasi KPJU unggulan semua kecamatan (hasil tahap kedua). Proses penyaringan dilakukan berdasarkan urutan prioritas dan nilai skor KPJU tingkat kecamatan yang telah dilaksanakan pada tahap sebelumnya (oleh pejabat tingkat kecamatan).

Berdasarkan skor terbobot yang di peroleh ditetapkan **maksimal 10 KPJU untuk setiap sektor/subsektor yang memiliki skor terbobot tertinggi**, yang dijadikan sebagai alternatif untuk dipilih sebagai KPJU unggulan untuk setiap sektor/subsektor untuk masing-masing Kecamatan di

Indragiri Hilir. Kriteria yang digunakan untuk proses penetapan KPJU unggulan Kecamatan ditinjau dari aspek Input-Proses-Output (IPO), yang diuraikan menjadi 11 kriteria, yang masing-masing kriteria mempertimbangkan unsur penilaian seperti disajikan pada Tabel

Tabel 2
Kriteria dan Unsur Penilaian dalam Penentuan KPJU Unggulan

A INPUT			
1	Tenaga Kerja Terampil (Skilled)	1. Tingkat Pendidikan	
		2. Pelatihan	
		3. Pengalaman Kerja	
		4. Jumlah Lembaga / Sekolah Keterampilan / Pelatihan	
2	Bahan Baku (Manufacturing)	1. Ketersediaan/Kemudahan bahan	
		2. Harga peroleh bahan baku	
		3. Parishability bahan baku (mudah tidaknya rusak)	
		4. Kesiambungan bahan baku	
		5. Mutu bahan baku	
		6. Kemudahan dalam memperoleh	
		7. Aspek Lingkungan	
3	Modal	1. Kebutuhan investasi awal	
		2. Kebutuhan modal kerja	
		3. Aksesibilitas terhadap sumber	
4	Sarana Produksi/Usaha	1. Ketersediaan / Kemudahan	
		2. Harga	
B PROSES			
5	Teknologi	1. Ketersediaan	
		2. Kemudahan (memperoleh teknologi)	
		3. Dampak Lingkungan	
6	Sosial Budaya (faktor endogen)	1. Ciri Khas Lokal	
		2. Penerimaan Masyarakat	
		3. Turun Temurun	
7	Manajemen Usaha	Kemudahan untuk me-manage	
C OUTPUT			
8	Ketersediaan Pasar	1. Jangkauan / Wilayah Pemasaran	
		2. Kemudahan mendistribusikan	
9	Harga	1. Stabilitas Harga	
		2. Nilai Tambah (Added Value)	
10	Penyerapan Tenaga Kerja	Kemampuan Menyerap Tenaga Kerja	
11	Sumbangan terhadap perekonomian wilayah	Jumlah jenis usaha yang terpengaruh karena keberadaan usaha ini	

Analisis untuk penetapan KPJU dilakukan dengan menggunakan metode ***Analytical Hierarchy Process (Saaty, 2000)***. Bobot setiap kriteria yang digunakan adalah berdasarkan hasil Tahap Pertama.

Terhadap masing-masing kriteria, dilakukan penilaian perbandingan tingkat kepentingan antar alternatif KPJU menurut skala *ordinal Saaty*, oleh narasumber yang diperoleh melalui mekanisme *Focus Group Discussion* (FGD) dan pengisian kuesioner/matrik. Penilaian perbandingan (*scoring*) antar KPJU untuk setiap kriteria didasarkan atas unsur penilaian seperti tertuang pada Tabel 2, baik pada **kondisi saat ini** dan **prospeknya** di masa yang akan datang. Pelaksanaan kegiatan pada tahap ini dilaksanakan di Kabupaten, dengan narasumber adalah pejabat dinas/instansi terkait pada tingkat Kecamatan yang terkait secara langsung dalam pembinaan dan pengembangan UMKM untuk semua sektor ekonomi, pejabat bank pelaksana, Bappeda, dan Pengurus Asosiasi/Kadinda. Pada tahap ini dilakukan juga penilaian tingkat kepentingan Sektor/Subsektor Ekonomi pada masing-masing Kecamatan dalam penetapan KPJU Unggulan Lintas Sektor.

Penilaian (*scoring*) terhadap setiap kriteria didasarkan atas prinsip kemudahan bagi UMKM dalam rangka menjalankan usaha, usaha baru atau mengembangkan usaha, serta sejauh mana dukungan wilayah pada setiap unsur penilaian. Output dari tahapan ini adalah daftar KPJU

Unggulan beserta nilai skor terbobot untuk masing-masing KPJU. Berdasarkan nilai skor terbobot masing-masing KPJU 5 (lima) KPJU untuk setiap sektor/subsektor sebagai KPJU unggulan Kecamatan yang mempunyai nilai skor terbobot tertinggi.

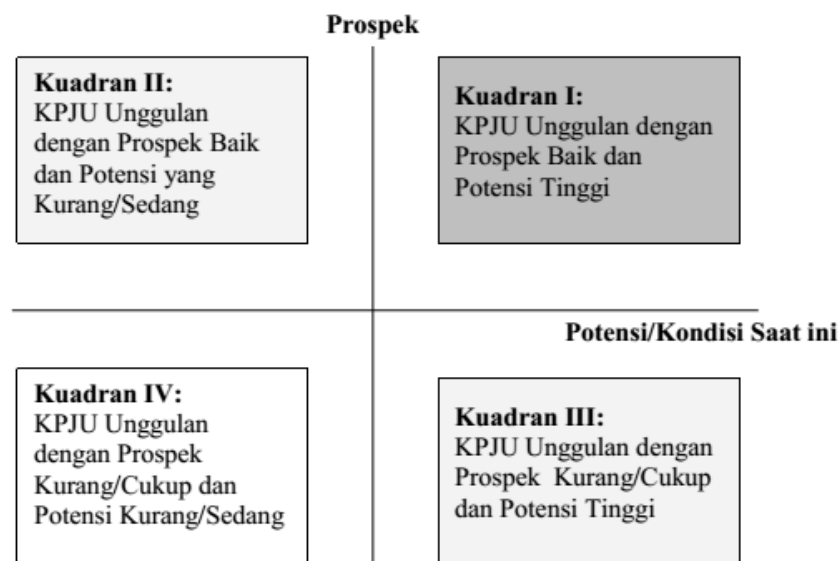
Tahapan berikutnya adalah menentukan KPJU unggulan lintas sektor ekonomi tingkat Kecamatan. Langkah-langkah proses penentuan KPJU Unggulan Lintas Sektoral adalah sebagai berikut:

1. Proses normalisasi nilai skor terbobot dari 5 (lima) KPJU Unggulan per Sektor
2. Analisis AHP untuk memperoleh bobot atau tingkat kepentingan masing-masing Sektor/Subsektor ekonomi dalam penetapan KPJU Unggulan Lintas Sektor;
3. Penggabungan KPJU Unggulan setiap Sektor, dan kemudian menetapkan nilai Skor Terbobot setiap KPJU Unggulan berdasarkan teknik *Bayes*, yaitu perkalian hasil normalisasi skor terbobot KPJU Unggulan per Sektor hasil langkah (i) dengan nilai bobot kepentingan Sektor Ekonomi KPJU yang bersangkutan (hasil langkah ii);
4. Menetapkan 5 KPJU yang mempunyai nilai skor terbobot tertinggi (hasil langkah iii), sebagai **KPJU Unggulan Lintas Sektor**.

d. Tahap Keempat

Tahap keempat terdiri dari dua kegiatan yaitu :

- (1) Proses re-konfirmasi hasil penetapan KPJU Unggulan per Sektor dan KPJU Unggulan Lintas Sektor, berdasarkan hasil kegiatan tahap pertama sampai ketiga. Pada tahap ini juga dilakukan proses penjaringan pendapat narasumber untuk mengklasifikasikan KPJU Unggulan berdasarkan Prospek dan berdasarkan Potensi kondisi saat ini. Hasil penjaringan adalah pemetaan KPJU Unggulan menurut 4 Kuadran seperti pada Gambar 5 berikut:



Gambar 1.4.4. Kuadran Pemetaan KPJU Unggulan

- (2) Adalah proses identifikasi alternatif kebijakan pengembangan masing-masing KPJU Unggulan tingkat Kecamatan.

Kedua kegiatan tersebut dilakukan melalui mekanisme FGD dengan narasumber dari pejabat dinas/instansi terkait pada kabupaten yang terkait secara langsung dalam pembinaan dan pengembangan UMKM

untuk semua sektor ekonomi, pejabat bank pelaksana, Bappeda, dan Pengurus Asosiasi/Kadinda.

e. Tahap Kelima

Berdasarkan hasil penentuan KPJU unggulan daerah, baik menurut sektor/subsektor ekonomi maupun lintas sektoral, akan diberikan rekomendasi kebijakan atau saran-saran pengembangan yang diperoleh berdasarkan hasil *Focus Group Discussion (FGD)*, baik di tingkat Kecamatan maupun Kabupaten. Rekomendasi kebijakan diharapkan dapat dimanfaatkan oleh Pemerintah Daerah, dinas/instansi terkait, perbankan dan para *stakeholders* sebagai referensi dalam pembuatan kebijakan lebih lanjut.

G. JADWAL KEGIATAN

No.	Description	April				Mei				Juni-Juli				Agust-Sept				Oktober				Nop-Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan dan Diskusi awal																								
2	Colecting data awal dan Kajian Pustaka/Referensi																								
3	Penyusunan instrumen lengkap/Persiapan survey Lapangan																								
4	Field Observation																								
5	Pengumpulan Data																								
6	Analisa Data & Potensi																								
7	Analisa Problem																								
8	Penyusunan Laporan																								
a	Preliminary report																								
b	Final Report																								
Notes:																									
	Aktifitas kajian dilakukan tim																								
	Aktifitas kajian dilakukan tim di lapangan																								
	Aktifitas kajian rutin tim Narasumber																								
	Pelaporan hasil kajian (Progress)																								

H. DAFTAR PUSTAKA

- A Samuelson. Paul & William D Nordhaus (1997). *Mikroekonomi*. Jakarta: Erlangga
- A.T. Mosher, Menggerakkan dan Membangun Pertanian, Jakarta: Jayaguna, 1968
- Airlangga Hartarto, 2004. Strategi Clustering Dalam Industrialisasi Indonesia. Penerbit Andi Yogyakarta
- Amir, MS, 2004, Strategi Memasuki Pasar Ekspor, Jakarta: PPM
- Antara, (2013), Pengembangan Komoditas/ Produk/ Jenis Usaha Unggulan UMKM di Propinsi Bali, Bank Indonesia Denpasar Bekerja sama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Udayana, Denpasar-Bali
- Arief, S. 1993. Metodologi Penelitian Ekonomi. UI-Press. Jakarta
- Arsyad, L. 1999. Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah. BPFE. Yogyakarta.
- Aziz, I. J. 1994. Ilmu Ekonomi Regional dan Beberapa Aplikasinya di Indonesia. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- BPS Kab.Indragiri Hilir 2018. Indragiri Hilir Dalam Angka 2018. Laporan
- Boediono, 1999, Teori Pertumbuhan Ekonomi, Yogyakarta: BPFE
- Hartarto Airlangga, 2004. Strategi Clustering Dalam Industrialisasi Indonesia. Penerbit Andi Yogyakarta.
- <https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajian/Pages/Profil-Bisnis-UMKM.aspx> di akses Desember 2019
- Irham dan Yogi. 2003. Ekspor di Indonesia. Cetakan Pertama. Pustaka Binaman.Pressindo. Jakarta.
- Jhingan, M.L. 2000. Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Mankiw N, Gregory. 2006. Makro Ekonomi, Terjemahan: Fitria Liza, ImamNurmawan, Jakarta: Penerbit Erlangga. 2006, 195
- Muhammad, Jaharnsyah, Trisita Novianti, Ernaning W. (2013). Rumusan Strategi Pengembangan Ekspor UKM Sepatu di Surabaya dengan Menggunakan Pendekatan ANP
- Pezzey, J. 1992. Sustainable Development Concept, An Economic Analysis. The World Bank, Washington DC.
- Porter, Michael. 1994. Keunggulan Bersaing. Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Richardson, H.W. 1972. Input-Output and Regional Economics. John Wiley & Sons. New York.
- Saaty, T.L. 2000, Fundamentals of Decision Making and Priority Theory, second edition, RWS Publication, Pittsburgh.
- Sanusi, Bachrawi. 2004. Pengantar Ekonomi Pembangunan. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Schmid, W.A. 1994. The concept of sustainability and land use planning. In Sustainable Land Use Planning, Proceeding of an International Workshop, 2-4 September 1992, Wageningen, Netherlands. Elsevier, Amsterdam. p: 15-29.
- Schultink, G. 1992. Evaluation of sustainable development alternatives: Relevant concepts, resources assessment approaches and comparative spatial indicator. International Environmental Studies. Vol. 41. Pp. 203-224.
- Sriyana Jaka. 2010. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul
- Sukirno, Sadono. 2000. *Makroekonomi* Modern. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- The World Bank. 1992. A World Bank Country Study, Indonesia Sustaining Development. The World Bank. Washington, D.C.
- Todaro, M. P. 1994. Pembangunan Ekonomi dan Dunia Ketiga. Edisi Keempat, Jilid I. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Van de Laak, P.J.A. 1994. A framework for sustainable regional planning. In Sustainable Land Use Planning, Proceeding of an International

Workshop, 2-4 september 1992, Wageningen, Netherlands.
Elsevier, Amsterdam. p: 303-314.

World Bank. 2007. World Development Report 2006. Development and the
Environment. World Bank, Oxford University. London.

I. REKAPITULASI BIAYA

NO	URAIAN	Vol	frek	SATUAN	Harga Satuan	JUMLAH
A	BIAYA NON BAHAN					
1	Biaya enumerator	4		orang	Rp. 3.000.000,00	Rp. 12.000.000,00
2	Biaya analisis data	1		orang	Rp.3.000.000,00	Rp. 3.000.000,00
Sub Total A						Rp. 15.000.000,00
B	BELANJA BAHAN					
1	ATK	1		Paket	Rp. 6.000.000,00	Rp. 6.000.000,00
2	Biaya Fotocopy	1		Paket	Rp.3.000.000,00	Rp. 3.000.000,00
3	Penyusunan Proposal	1		Paket	Rp 3.000.000,00	Rp. 3.000.000,00
4	Penyusunan Laporan Akhir	1		Paket	Rp 5.000.000,00	Rp.5.000.000,00
SUB TOTAL B						Rp 17.000.000,00
C	BIAYA PERJALANAN & PENGINAPAN					
1	Survey/sampling data awal	4		Paket	Rp 2.250.000,00	Rp.9.000.000,00
2	Akomodasi / Transportasi	4		Hari	Rp 1.000.000,00	Rp. 4.000.000,00
SUB TOTAL C						Rp. 13.000.000,00
D	BIAYA SEMINAR & RAPAT					
1	Konsumsi Rapat	2	Kali	Paket	Rp. 2.500.000,00	Rp. 5.000.000,00
SUB TOTAL D						Rp 5.000.000,00
	TOTAL KESELURUHAN					Rp. 50.000.000,00

Terbilang : Empat Puluh Juta Rupiah

J. SUSUNAN ORGANISASI DAN PEMBAGIAN TUGAS TIM PENELITIAN

Susunan tugas dan tanggung jawab personil tim peneliti dapat dilihat pada tabel

No	Jabatan	Nama	Alokasi Waktu (Jam/Minggu)	Uraian Tugas
1.	Ketua Peneliti	Prof. Dr. Zulkarnaini, SE. MM	12 Jam/Minggu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempersiapkan draf awal proposal 2. Mengkoordinasi diskusi proposal 3. Menyiapkan instrumen penelitian 4. Mengkoordinasi penelitian lapangan 5. Mengkoordinasi analisis data 6. Mengkoordinasi angket, wawancara dan observasi 7. Menyusun laporan dan seminar hasil
2.	Anggota Peneliti	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prof. Dr. Sri Indarti, SE., M.Si 2. Dr. Alvi Purwanti, SE, MM 3. Dr. Pareng Rengi, M.Si 4. Rendra Wasnuri, SE, M.IB 	10 Jam/Minggu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mitra diskusi drafting proposal 2. Mensuplay konseptual 3. Melakukan wawancara dalam aspek internal dan eksternal 4. Pendamping angket, wawancara dan observasi 5. Melakukan input data kualitatif/kuantitatif 6. Mitra diskusi dalam penyusunan laporan akhir
3.	Pembantu Peneliti/Pengolah Data	<ol style="list-style-type: none"> 1. Irfan Wirya Febriansyah 2. Ichsan Satya Anugerah 	10 Jam/Minggu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan wawancara dalam aspek internal dan eksternal 2. Pendamping angket, wawancara dan observasi 3. Melakukan input dan pengolahan data kualitatif/kuantitatif 4. Mitra diskusi dalam penyusunan laporan akhir
4	Enumerator	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mulono 2. Vivi 3. Yeni Rosani 4. Bayu 	10 Jam/Minggu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan wawancara dalam aspek internal dan eksternal. 2. Melakukan penyebaran angket, wawancara dan observasi. 3. Mitra diskusi dalam penyusunan laporan akhir

berikut :

K. JUSTIFIKASI ANGGARAN PENELITIAN

L. LAMPIRAN

