



## RINGKASAN EKSEKUTIF

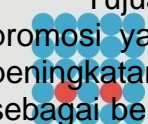
**GUNTUR PURWADI MARDIONO**, 2005. Analisis Promosi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Dalam Kebijakan Peningkatan Sektor Industri Kecil (Studi Kasus untuk Produk Tekstil). Di bawah bimbingan **UJANG SUMARWAN** dan **E. GUMBIRA SA'ID**.

Pengembangan ekspor non migas merupakan upaya penting yang dalam jangka pendek dapat mempercepat pemulihan ekonomi, dan dalam jangka panjang dapat menjadi pilar yang kokoh untuk memperkuat struktur perekonomian nasional. Dalam kaitan tersebut, di era desentralisasi dan pelaksanaan otonomi daerah, tidak hanya pemerintah pusat saja yang harus peduli terhadap pengembangan ekspor, akan tetapi pemerintah daerah juga harus memberikan perhatian yang sungguh-sungguh, karena pada hakekatnya struktur perekonomian daerah juga harus kokoh dan kuat. Dalam dekade terakhir pemerintah telah beberapa kali melakukan deregulasi dan debirokratisasi di bidang perdagangan luar negeri, yang pada hakekatnya bertujuan untuk menganeka ragamkan produk ekspor, memperbanyak negara tujuan ekspor dan meningkatkan jumlah pelaku ekspor. Perjanjian mengenai pendirian WTO yang ditandatangani oleh sejumlah besar negara di Marakesh pada Tahun 1994, menjadi tonggak sejarah yang memberikan harapan, khususnya bagi negara-negara anggotanya termasuk Indonesia, akan semakin liberalnya perdagangan internasional. Dalam rangka meningkatkan penerimaan negara dari sektor industri maka pengembangan tidak hanya ditentukan oleh menarik tidaknya peluang investasi pada suatu daerah, tetapi juga dipengaruhi oleh unsur-unsur pemasaran yang satu sama lainnya saling terkait. Salah satu unsur tersebut adalah promosi sektor industri, tujuannya adalah agar investor mau menanamkan investasinya sehingga pendapatan daerah dapat meningkat.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1).Apakah promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melalui pameran-pameran produk industri, baik di dalam maupun di luar negeri berhubungan dengan peningkatan kinerja sektor industri kecil, (2) Apakah promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam meningkatkan kinerja sektor industri kecil telah mencapai sasarannya, (3).Apakah kinerja Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam hal pelayanan kegiatan promosi telah sesuai dengan kepentingan sektor industri kecil, (4).Apakah strategi promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta terhadap peningkatan kinerja sektor industri kecil telah sesuai dengan kepentingan pengusaha produk tekstil.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisa pelaksanaan kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam kebijakan peningkatan kinerja sektor industri kecil. Secara rinci penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui hubungan antara promosi yang telah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dengan peningkatan kinerja sektor industri kecil, (2) Untuk mengetahui sasaran yang ditempuh oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam pelaksanaan kegiatan promosi sektor industri kecil, (3) Untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan sektor industri kecil terhadap pelayanan kegiatan promosi yang telah dilakukan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, (4) Untuk merumuskan strategi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Program Pascasarjana  
Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor  
**IPB**



promosi yang dapat digunakan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam meningkatkan kinerja sektor industri kecil.

Ruang lingkup penelitian tentang promosi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dibatasi pada kegiatan promosi sektor industri produk tekstil yang telah dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi DKI Jakarta. Penelitian ini merupakan suatu studi kasus yang dilakukan di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan DKI Jakarta dan di lima wilayah Suku Dinas Perindustrian dan Perdagangan DKI Jakarta, yakni wilayah Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Utara, dan Jakarta Pusat pada Bulan Pebruari 2005 sampai dengan Bulan April 2005. Strategi dan metode penelitian yang dipilih adalah metode survei yang bertujuan untuk menyediakan fakta secara terstruktur, faktual, dan akurat, serta menggali dan menjelaskan sifat hubungan antar variabel yang diteliti, kemudian dianalisis secara statistik untuk pengambilan suatu keputusan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari *sampling unit* sebanyak seratus orang pengusaha produk tekstil yang didasarkan pada rumus slovin, dan data sekunder yang bersumber dari Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi DKI Jakarta, Undang-undang, Peraturan Daerah, data statistik, Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN), buku literatur dan sebagainya. Strategi dan teknik pengambilan contoh dilakukan dengan menggunakan metode *Stratified Random Sampling*, yaitu dengan membuat stratifikasi dan pengelompokan untuk masing-masing strata tersebut. Kegiatan pengumpulan data dan informasi diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuisioner. Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif statistik dengan tabel frekuensi, analisis regresi linier sederhana, analisis tingkat kepentingan dan kinerja (*Importance – Performance Analysis*), serta analisis nonparametrik. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal, nominal dan rasio.

Berdasarkan hasil penelitian, yang paling dibutuhkan oleh pengusaha produk tekstil untuk memajukan usahanya pada saat ini adalah bantuan promosi dari pemerintah provinsi melalui kegiatan pameran dagang di dalam negeri. Kesulitan yang dialami oleh pengusaha produk tekstil dalam pengelolaan usahanya adalah dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan, sehingga untuk menghadapi masalah tersebut, dibutuhkan pendidikan dan pelatihan manajemen pemasaran dan manajemen keuangan. Perbandingan antara tingkat kepentingan dan kinerja menjelaskan atribut-atribut yang memiliki kesenjangan yang tinggi, sehingga merupakan prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Atribut-atribut tersebut yakni atribut keberhasilan meningkatkan penjualan, penyediaan brosur/katalog/*display*/internet, pengetahuan petugas, petugas yang proaktif, kenyamanan lokasi pameran, informasi tentang jadwal pameran serta perhatian petugas.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap promosi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, ditemukan hubungan linier yang kuat dan searah antara kegiatan promosi dengan peningkatan kinerja sektor industri kecil. Pelaksanaan kegiatan promosi akan memberikan peningkatan kinerja sektor industri kecil berjumlah 1.227 *pieces* untuk setiap penambahan satu kali kegiatan promosi. Hasil penelitian juga memperlihatkan terdapat tingkat hubungan yang tinggi antara variabel promosi terhadap peningkatan kinerja sektor industri kecil. Sasaran yang dapat ditempuh oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam kegiatan promosinya adalah meningkatkan kegiatan pameran di dalam negeri dan mengurangi kegiatan pameran di luar negeri,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



serta menggantinya dengan kegiatan penyediaan brosur/katalog/*display*/internet. Pengelolaan media pengganti tersebut harus dilakukan karena menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Pelaksananya harus lebih profesional karena dapat menghemat waktu dan biaya pemerintah provinsi, di lain pihak dapat menghemat waktu dan biaya yang harus dikeluarkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan kegiatan tersebut. Secara keseluruhan tingkat kepentingan sektor industri kecil produk tekstil berada di atas tingkat kinerja Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Artinya Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi DKI Jakarta relatif belum dapat memenuhi kepentingan pengusaha dalam pelaksanaan kegiatan promosinya.

Beberapa saran yang dapat dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan DKI Jakarta untuk meningkatkan kinerja sektor industri kecil produk tekstil adalah : (1) Melaksanakan perbaikan-perbaikan fisik, seperti tempat, sumber daya manusia, dan peralatan serta fasilitas penunjang pameran (2) Menginformasikan kegiatan pameran dan promosi hasil produk tekstil melalui optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi, (3) Kegiatan pameran dagang di dalam negeri harus menjadi prioritas utama dibandingkan kegiatan pameran dagang di luar negeri. (4) Membangun fasilitas promosi yang bersifat permanen. (5) Menstimulasi komunikasi getok tular (WOM), (6) Meningkatkan pengetahuan petugas dan menambah jumlah petugas yang proaktif, yakni dengan lebih mengaktifkan kunjungan ke perusahaan-perusahaan untuk mencari informasi yang optimal tentang kepentingan pengusaha produk tekstil dalam pelaksanaan kegiatan promosi, (7) Mengoptimalkan penggunaan sumber daya manusia (*labour intensive*) lebih banyak dari sumber daya lainnya (8) Kenyamanan pameran dapat ditingkatkan dengan menambah luas ruang pameran (*space*) agar pengusaha dapat menata hasil produknya dengan lebih menarik, dan meningkatkan variasi pameran. Pemilihan lokasi pameran harus tepat agar mudah dijangkau, aman dan lancar sehingga dapat meningkatkan jumlah pembeli potensial, (9) Bantuan pendidikan dan pelatihan manajemen pemasaran dan manajemen keuangan kepada pengusaha industri kecil produk tekstil juga diperlukan untuk peningkatan kinerja sektor industri kecil produk tekstil.

Kata Kunci : Produk Tekstil, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, DKI Jakarta, Manajemen Pemasaran, Analisis Promosi, *Importance Performance Analysis*, Regresi Sederhana, Studi kasus.

