

# MENGUKUR PROBABILITAS INDUSTRI BATIK TULIS LASEM BERORIENTASI EKSPOR<sup>\*)</sup>

*(Probability Measurement Batik Tulis Lasem Industry Eksport Oriented)*

Muhammad Tahwin<sup>\*\*)</sup>  
A. Aviv Mahmudi<sup>\*\*)</sup>

## Abstract

This research aims to prove and explain the influence of corporation, enterprise age, education level, foreign language mastery, number of labours, production capacity and promotion activation to ward export market orientation of batik lasem industry. The tehniqgue of data analysis used in this study is logistic regression model. The result of this study shows that the variable of foreingn language mastery influences significantly in predicting export market orientation. While variable of corporation, enterprise age, number of labours, production capacity, promotion activation are not proved to give significant influence in predicting export market orientation. This study is expected to add other factors that are estimated able to predict export market orientation like product quality and capital.

**Key words:** *probability, export orientation, domestic market.*

## Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menjelaskan pengaruh status badan hukum, umur perusahaan, tingkat pendidikan, kemampuan bahasa asing, jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi dan keaktifan promosi terhadap orientasi pasar ekspor pada industri Batik Tulis Lasem. Teknik analisis data yang digunakan adalah Logistic Regression Model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemampuan bahasa asing berpengaruh secara signifikan dalam memprediksi orientasi pasar ekspor. Adapun variabel status badan hukum, umur perusahaan, tingkat pendidikan, jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi, keaktifan promosi tidak terbukti berpengaruh secara signifikan dalam memprediksi orientasi pasar ekspor. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor-faktor lain yang diduga dapat memprediksi orientasi pasar ekspor seperti kualitas produk dan modal.

**Kata Kunci:** *probabilitas, orientasi ekspor, pasar domestic.*

---

<sup>\*)</sup> Penelitian ini didanai oleh Dirjen Dikti program penelitian dosen pemula tahun 2013

<sup>\*\*)</sup> Staff Pengajar STIE YPPI Rembang

## **1. Pendahuluan**

Batik Tulis Lasem merupakan salah satu jenis kain batik pesisiran yang menjadi salah satu produk unggulan Kabupaten Rembang. Meskipun Batik Tulis Lasem telah mampu menembus pasar ekspor, tetapi sebagian besar melalui eksportir (perantara) di Jakarta, Surabaya maupun Denpasar ([www.krjogja.com](http://www.krjogja.com)). Pada tahun 2007 nilai ekspor Batik Tulis Lasem menjadi 8,79 juta dollar AS atau senilai Rp. 79,11 miliar yang memberikan kontribusi sebesar 30% terhadap nilai ekspor batik di Jawa Tengah. Kegiatan ekspor tersebut belum diikuti dengan meningkatnya jumlah industri Batik Tulis Lasem yang berorientasi pada pasar ekspor. Kuncoro (2003) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa yang mempengaruhi orientasi pasar ekspor dari UMKM adalah jumlah tenaga kerja, umur perusahaan, teknologi dan keaktifan promosi. Adapun Latifah (2007) menyebutkan kegiatan promosi akan menyebabkan meningkatnya kinerja perusahaan yang berorientasi ekspor. Sedangkan Anas (2005) menyimpulkan kinerja ekspor dipengaruhi antara lain oleh promosi, kemampuan bahasa, jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi.

Berangkat dari latar belakang tersebut maka dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah terkait dengan pengaruh status badan hukum, umur perusahaan, tingkat pendidikan, kemampuan bahasa asing, jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi dan keaktifan promosi terhadap industri batik tulis untuk berorientasi ekspor atau pasar dalam negeri. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh status badan hukum, umur perusahaan, tingkat pendidikan, kemampuan bahasa asing, jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi dan keaktifan promosi terhadap orientasi pasar ekspor pada industri Batik Tulis Lasem.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi UKM Berorientasi Ekspor**

#### **2.1.1. Status Badan Hukum**

Secara faktual masih banyak usaha kecil yang belum memiliki status badan hukum. Kondisi tersebut merupakan hambatan bagi UKM untuk melakukan transaksi ekspor, karena pihak importir luar negeri lebih percaya pada UKM yang berstatus badan hukum.

#### **2.1.2. Umur Perusahaan**

Menurut Adinugroho (2008) sebuah perusahaan yang telah lama berdiri memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha sehingga mempunyai kemampuan yang cukup untuk bertahan. Berkaitan dengan hal tersebut Kuncoro (2003) menyatakan bahwa semakin tua umur industri, maka kemungkinan perusahaan tersebut untuk melakukan transaksi ekspor semakin besar.

#### **2.1.3. Tingkat Pendidikan**

Ross dan Michael (Anas, 2005) menyatakan keahlian dalam manajemen umum pemasaran memegang peranan yang penting dalam menjalankan usaha. Keahlian tersebut diperoleh melalui jenjang pendidikan. Selain itu dengan pendidikan yang semakin tinggi akan semakin memperluas pengetahuan tentang prosedur atau tata cara dalam transaksi ekspor.

#### **2.1.4. Kemampuan Bahasa Asing**

Menurut Kuncoro (2008) salah satu kendala untuk melakukan ekspansi ke pasar ekspor adalah minimnya kemampuan bahasa asing dari pengusaha. Selanjutnya Anas (2005) menyatakan bahwa dengan memahami bahasa suatu negara dengan baik setidaknya memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam memperlancar produknya memasuki pasar negara tersebut.

#### **2.1.5. Jumlah Tenaga Kerja.**

Tenaga kerja adalah sumber daya yang paling umum digunakan untuk mengukur produktivitas. Kuncoro (2003) menyatakan bahwa semakin besar jumlah tenaga kerja yang dipakai, maka semakin besar probabilitas industri tersebut berorientasi pasar ekspor. Ini menunjukkan bahwa semakin besar jumlah tenaga kerja yang dimiliki maka akan semakin besar keinginan perusahaan untuk meningkatkan kinerja ekspornya.

#### **2.1.6. Kapasitas Produksi.**

Menurut Pavord dan Bogard (Anas, 2005) motif dasar untuk mengekspor adalah telah dipenuhinya pasar domestik. Makin besar kapasitas produksi maka akan mendorong perusahaan untuk melakukan ekspansi ke pasar ekspor.

#### **2.1.7. Keaktifan Promosi.**

Menurut Kuncoro (2003) bahwa semakin aktif pengusaha untuk berpromosi akan menyebabkan probabilitas perusahaan untuk berorientasi pasar ekspor semakin besar. Selanjutnya Anas (2005) menyatakan promosi ekspor merupakan modal awal untuk perusahaan memperkenalkan produknya untuk memasuki pasar internasional, sehingga kebijaksanaan ini bisa mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja ekspornya menjadi lebih baik.

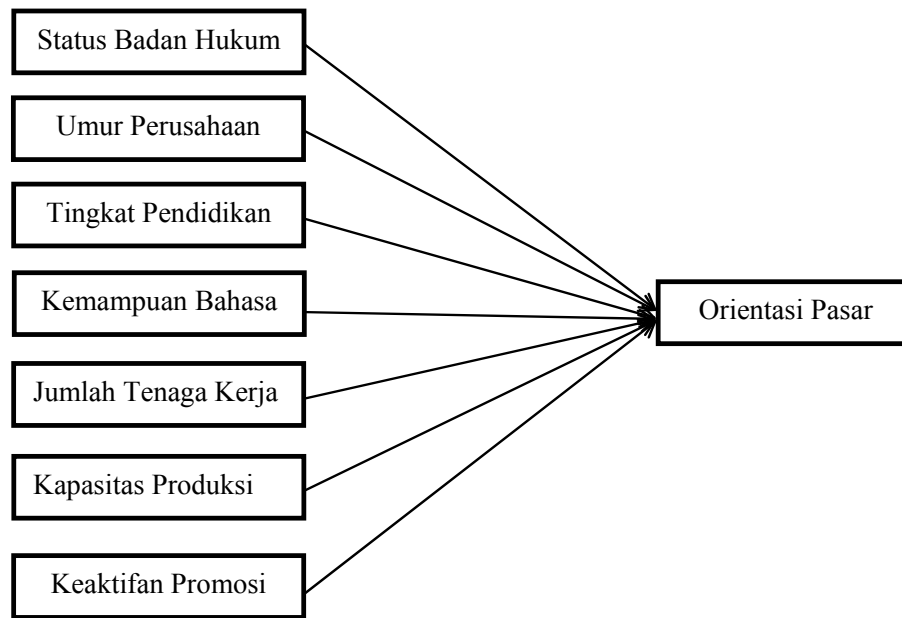
### **2.2. Penelitian Terdahulu**

Pada tahun 2003 Kuncoro melakukan analisis orientasi pasar pada industri keramik di Kasongan, Kabupaten Bantul D.I. Yogyakarta. Hasil penelitiannya adalah tenaga kerja, umur perusahaan, teknologi pembakaran, keaktifan promosi secara signifikan sangat berpengaruh dalam menentukan orientasi pasar ke luar negeri. Selanjutnya Anas (2005) melakukan analisis tentang faktor-faktor perusahaan yang mempengaruhi kinerja ekspor. Kesimpulan yang dihasilkan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor secara signifikan adalah politik.

### **2.3. Kerangka Penelitian**

Dalam penelitian ini probabilitas orientasi pasar ekspor pasar atau domestik sebagai variabel dependen dipengaruhi oleh beberapa variabel independen (status badan hukum, umur perusahaan, tingkat pendidikan, kemampuan bahasa asing, jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi, keaktifan promosi).

**Gambar 1. Kerangka Penelitian**



#### **2.4. Hipotesis**

Pada penelitian ini hipotesis yang dapat dikemukakan adalah:

- $H_1$  : Status badan hukum berpengaruh signifikan dalam memprediksi industri Batik Tulis Lasem berorientasi pasar ekspor.
- $H_2$  : Umur perusahaan berpengaruh signifikan dalam memprediksi Batik Tulis Lasem berorientasi pasar ekspor.
- $H_3$  : Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan dalam memprediksi industri Batik Tulis Lasem berorientasi pasar ekspor.
- $H_4$  : Kemampuan bahasa asing berpengaruh signifikan dalam memprediksi industri Batik Tulis Lasem berorientasi pasar ekspor.
- $H_5$  : Jumlah tenaga kerja berpengaruh signifikan dalam memprediksi industri Batik Tulis Lasem berorientasi pasar ekspor.
- $H_6$  : Kapasitas produksi berpengaruh signifikan dalam memprediksi industri Batik Tulis Lasem berorientasi pasar ekspor.
- $H_7$  : Keaktifan promosi berpengaruh signifikan dalam memprediksi industri Batik Tulis Lasem berorientasi pasar ekspor.

### **3. Metode Penelitian**

#### **3.1. Variabel Dependen**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah orientasi pasar yaitu orientasi pasar dari industri Batik Tulis Lasem apakah berorientasi pada pasar domestik atau orientasi pada pasar ekspor. Skala pengukurannya dengan skala *dummy* yaitu, 0=orientasi pasar domestik; 1=orientasi pasar ekspor.

## **3.2. Variabel Independen**

### **3.2.1. Status Badan Hukum**

Badan hukum yang dimaksud dalam penelitian ini adalah status badan hukum dari industri Batik Tulis Lasem yaitu berbadan hukum atau tidak berbadan hukum. Skala pengukurannya dengan skala dikotomi yaitu, 0= tidak berbadan hukum; 1=berbadan hukum.

### **3.2.2. Umur Perusahaan**

Umur perusahaan adalah umur industri Batik Tulis Lasem dari mulai pertama usaha tersebut berdiri sampai sekarang. Skala pengukurannya dalam skala rasio (tahun).

### **3.2.3. Tingkat Pendidikan.**

Tingkat pendidikan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan dari pengusaha (pemilik usaha) industri Batik Tulis Lasem. Skala pengukurannya dalam skala ordinal, 0=belum lulus SD ;1=lulus SD ; 2=lulus SMP ; 3=lulus SMA ; 4=lulus DI/DII ; 5=lulus DIII ; 6=lulus S1 atau tingkatan yang lebih tinggi.

### **3.2.4. Kemampuan bahasa Asing.**

Kemampuan bahasa asing dalam penelitian ini adalah kemampuan pengusaha (pemilik usaha) dalam berbahasa Inggris. Skala pengukurannya dalam skala peringkat grafik, 0=sama sekali tidak menguasai ; 1=menguasai sedikit (pasif) ; 2= menguasai (aktif).

### **3.2.5. Jumlah Tenaga Kerja.**

Jumlah tenaga kerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah tenaga kerja yang dimiliki industri Batik Tulis Lasem. Skala pengukurannya dalam skala rasio (orang).

### **3.2.6. Kapasitas Produksi.**

Kapasitas produksi dalam penelitian ini adalah produksi yang dihasilkan industri Batik Tulis Lasem tiap bulan. Skala pengukurannya dalam skala kontinyu (bulan/perpotong).

### **3.2.7. Keaktifan Promosi.**

Keaktifan promosi dalam penelitian ini adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh industri Batik Tulis Lasem. Skala pengukurannya dalam skala kategorial, 0=tidak pernah melakukan promosi ; 1=jarang melakukan promosi ; 3=sering melakukan promosi.

### 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner dan ditanyakan langsung kepada pengusaha Batik Tulis Lasem. Sebagai responden dalam penelitian ini adalah 37 pengusaha Batik Tulis Lasem.

### 3.4. Analisis Data

Dalam penelitian ini untuk menganalisis data dilakukan dengan regresi logistik. Dalam regresi logistik asumsi normalitas tidak diperlukan sehingga tidak dilakukan uji normalitas (Ghozali, 2011:333) Adapun model persamaannya adalah sebagai berikut :

$$OP = f(SBH, UP, TP, KBA, JTK, KPD, KPM) \dots \dots \dots (1)$$

Dimana :

- OP = Orientasi Pasar
- SBH = status badan hukum.
- UP = umur perusahaan
- TP = tingkat pendidikan
- KBA = kemampuan bahasa asing
- JTK = jumlah tenaga kerja
- KPD = kapasitas produksi
- KPM = keaktifan promosi

Adapun untuk menilai overall fit model, yaitu dengan:

- a. Statistik  $-2LogL$   
Menilai  $-2LogL$  dilakukan dengan membandingkan besarnya  $-2LogL$  untuk model dengan konstanta saja dan model dengan konstanta dan variabel bebas. Model akan fit jika terjadi penurunan nilai  $-2logL$ .
- b. *Nagelkerke's R square*  
Nilai *nagelkerke's R square* mengandung arti sebagaimana interpretasi nilai  $R^2$  pada *multiple regression*.
- c. *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*.  
Jika nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* besarnya sama dengan atau kurang dari 0,05; berarti *Goodness fit model* tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* lebih besar dari 0,05 berarti model dapat diterima sehingga mampu memprediksi nilai observasinya

Untuk uji hipotesis digunakan model regresi logistik pada tingkat signifikansi  $alpha$  ( $\alpha$ ) 10% yang disusun berdasar pada model persamaan (1) sebagai berikut:

$$\ln \frac{P}{1-p} = \beta_0 + \beta_1 SBH + \beta_2 UP + \beta_3 TP + \beta_4 KBA + \beta_5 JTK + \beta_6 KPD + \beta_7 KPM + \mu_i \dots \dots \dots (2)$$

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Berdasar pada hasil analisis data nilai  $-2LogL$  awal adalah 38,634 sedangkan nilai  $-2LogL$  setelah memasukkan variabel bebas adalah 27,509. Dengan demikian terjadi penurunan nilai  $-2LogL$  yang berarti bahwa model yang dihipotesiskan fit dengan data. Adapun besarnya nilai *nagelkerke's R square* adalah 0,401 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 40,1%.

Untuk *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* diperoleh hasil sebesar 5,667 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,579 atau dengan kata lain lebih besar dari pada  $\alpha$  (5%). Dengan demikian dapat disimpulkan *Goodness of Fit Test* baik karena model dapat dikatakan fit dengan data.

Berdasar nilai pada *classification table*, diketahui prediksi orientasi pasar domestik (kode 0) adalah 29 industri, sedangkan hasil observasi hanya 28 industri jadi ketepatan klasifikasi 96,6%. Sedangkan prediksi orientasi pasar ekspor (kode 1) ada 8 industri, sedangkan hasil observasi hanya 6 industri jadi ketepatan klasifikasi 25%.jadi secara keseluruhan ketepatan klasifikasi adalah 81,1%.

Pengujian hipotesis dapat dilihat melalui hasil regresi logistik pada tingkat signifikansi  $\alpha$  (10%) sebagaimana Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Hasil Persamaan Regresi Logistik**

| Variabel | B       | S.E.      | Wald  | df | Sig.   | Exp(B)   |
|----------|---------|-----------|-------|----|--------|----------|
| SBH      | 0,954   | 1,799     | 281   | 1  | 0,596  | 2,595    |
| UP       | 0,015   | 0,014     | 1,273 | 1  | 0,259  | 1,016    |
| TP       | -0,473  | 0,422     | 1,255 | 1  | 0,263  | 0,623    |
| KBA      | 2,002   | 1,208     | 1,748 | 1  | 0,097* | 7,406    |
| JTK      | -0,011  | 0,026     | 0,159 | 1  | 0,690  | 0,989    |
| KPD      | -0,002  | 0,004     | 0,287 | 1  | 0,592  | 0,998    |
| KPM      | 8,388   | 4473,013  | 0,000 | 1  | 0,999  | 4394,736 |
| Constant | -26,416 | 13419,038 | 0,000 | 1  | 0,998  | 0,000    |

Berdasar pada hasil perhitungan analisis regresi logistik maka *best fit model* adalah:

$$\ln \frac{P}{1-p} = -26,416 + 0,954 \text{ SBH} + \ln \frac{P}{1-p} = -26,416 + 0,954 \text{ SBH} +$$

$$0,015 \text{ UP} - 0,473 \text{ TP} + 2,002 \text{ KBA} - 0,011 \text{ JTK} - 0,002 \text{ KPD} + 8,388 \text{ KPM}$$

Berdasar pada hasil analisis diketahui besarnya koefisien regresi variabel status badan hukum (SBH) sebesar 0,954 dengan signifikansi sebesar 0,596 di atas signifikansi 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak, yang berarti bahwa tidak terbukti status badan hukum berpengaruh signifikan dalam memprediksi orientasi pasar. Menurut Kuncoro (2008) sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum dimilikinya status badan hukum. Berdasar survey yang dilakukan hanya terdapat satu industri batik tulis lasem yang telah berbadan hukum. Beberapa industri yang melakukan kegiatan ekspor melalui perantara. Sehingga dapat dipahami apabila

status badan hukum tidak signifikan untuk memprediksi orientasi pasar ekspor, karena sebagian besar pengusaha batik menjual produknya melalui perantara. Kondisi ini menjadikan pihak *buyer* tidak berhubungan dengan pengusaha batik tetapi dengan perantara. Sehingga transaksi yang terjadi adalah antara perantara dengan *buyer*.

Besarnya koefisien regresi variabel umur perusahaan (UP) sebesar 0,015 dengan signifikansi sebesar 0,259 di atas signifikansi 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  ditolak, yang berarti bahwa tidak terbukti umur perusahaan berpengaruh signifikan dalam memprediksi orientasi pasar. Meskipun umur perusahaan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan dalam memprediksi orientasi pasar ekspor tetapi apabila dilihat dari nilai koefisien regresinya masih menunjukkan arah yang positif. Secara faktual industri batik tulis lasem mulai berkembang pada tahun 1950. Kondisi tersebut didukung dengan data bahwa industri batik yang telah lama berdiri justru berusaha untuk mempertahankan diri agar tidak kalah bersaing dengan industri batik yang baru muncul. Karena industri batik yang baru muncul dikelola dengan manajemen yang lebih modern. Dengan demikian umur perusahaan tidak signifikan dalam memprediksi orientasi pasar ekspor

Besarnya koefisien regresi variabel tingkat pendidikan (TP) sebesar -0,473 dengan signifikansi sebesar 0,263 di atas signifikansi 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  ditolak, yang berarti bahwa tidak terbukti tingkat pendidikan berpengaruh signifikan dalam memprediksi orientasi pasar. Tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan karena tingkat pendidikan yang diukur dalam penelitian adalah tingkat pendidikan formal yaitu mulai sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi. Jenjang pendidikan tersebut tidak secara langsung mempengaruhi ekspor karena pendidikan yang dapat secara langsung mempengaruhi ekspor adalah pendidikan mengenai transaksi ekspor-impor untuk meningkatkan kemampuan serta pengetahuan pengusaha terkait dengan prosedur atau tata cara transaksi ekspor-impor.

Besarnya koefisien regresi variabel kemampuan bahasa asing (KBA) sebesar 2,002 dengan signifikansi sebesar 0,097 di bawah signifikansi 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima, yang berarti bahwa kemampuan bahasa asing berpengaruh signifikan dalam memprediksi orientasi pasar. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Anas (2005) yaitu dengan memahami bahasa suatu negara dengan baik akan meningkatkan kemampuan berkomunikasi dalam transaksi ekspor-impor.

Jumlah tenaga kerja (JTK) mempunyai koefisien regresi sebesar -0,011 dan tingkat signifikansi sebesar 0,690 di atas 0,10. Berdasarkan hasil tersebut maka  $H_5$  ditolak, yang berarti memberikan bukti bahwa jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi orientasi pasar. Jumlah tenaga kerja berpengaruh tidak signifikan terhadap kegiatan ekspor karena sebagian besar industri batik tulis lasem mempunyai jumlah tenaga kerja rata-rata dibawah 100 orang. Menurut Schlegelmilch perusahaan yang memiliki tenaga kerja kurang dari 300 orang kurang berminat dalam melakukan transaksi ekspor (Anas, 2005).

Koefisien regresi variabel kapasitas produksi (KPD) sebesar -0,002 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,592 di atas 0,10. Maka  $H_6$  ditolak, yang berarti dapat disimpulkan kapasitas produksi tidak terbukti berpengaruh signifikan



dalam memprediksi orientasi pasar. Terkait hal tersebut Pavord dan Bogard (Anas, 2005) menyatakan motivasi dasar untuk mengeksport adalah telah dipenuhinya pasar domestik. Sementara industri batik tulis lasem sebagian besar hasil produksinya masih untuk memenuhi permintaan domestik.

Besarnya koefisien regresi variabel keaktifan promosi (KPM) sebesar 8,388 dengan signifikansi sebesar 0,999 di atas signifikansi 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_7$  ditolak, yang berarti bahwa tidak terbukti keaktifan promosi berpengaruh signifikan dalam memprediksi orientasi pasar. Kondisi tersebut disebabkan karena selama ini kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengusaha batik masih sebatas pameran di dalam negeri. Adapun untuk transaksi ekspor pengusaha batik menyerahkan pada perantara. Sehingga kegiatan promosi yang dilakukan tidak terkait dengan transaksi ekspor.

Adapun hubungan antara *odds* (probabilitas) dan variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Jika variabel dependen lain dianggap konstan maka *odds* industri batik tulis lasem akan ekspor adalah 2,595 kali lebih tinggi untuk industri yang berstatus badan hukum.
- 2) Jika variabel dependen lain dianggap konstan maka *odds* industri batik tulis lasem akan ekspor adalah 1,016 kali lebih tinggi untuk industri yang berumur lebih tua.
- 3) Jika variabel dependen lain dianggap konstan maka *odds* industri batik tulis lasem akan ekspor adalah 0,623 kali lebih tinggi untuk pengusaha yang berpendidikan lebih tinggi.
- 4) Jika variabel dependen lain dianggap konstan maka *odds* industri batik tulis lasem akan ekspor adalah 7,406 kali lebih tinggi untuk pengusaha yang mempunyai kemampuan bahasa asing.
- 5) Jika variabel dependen lain dianggap konstan maka *odds* industri batik tulis lasem akan ekspor adalah 0,989 kali lebih tinggi untuk industry yang mempunyai tenaga kerja yang lebih banyak.
- 6) Jika variabel dependen lain dianggap konstan maka *odds* industri batik tulis lasem akan ekspor adalah 0,998 kali lebih tinggi untuk industry berkapasitas produksi yang lebih banyak.
- 7) Jika variabel dependen lain dianggap konstan maka *odds* industri batik tulis lasem akan ekspor adalah 4394,736 kali lebih tinggi untuk industry yang lebih aktif berpromosi.

## 5. Simpulan dan Saran

Hasil pengujian regresi logistik menunjukkan bahwa variabel kemampuan bahasa asing berpengaruh secara signifikan dalam memprediksi orientasi pasar ekspor pada industri batik tulis lasem. Adapun variabel status badan hukum, umur perusahaan, tingkat pendidikan, jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi, keaktifan promosi tidak terbukti berpengaruh secara signifikan dalam memprediksi orientasi pasar ekspor pada industri batik tulis lasem.

Saran yang diberikan dalam penelitian adalah bahwa penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor-faktor lain yang diduga dapat memprediksi orientasi pasar ekspor seperti kualitas produk dan modal.

## Daftar Pustaka

- Anas, Abrar. Herri. Syafruddin Karimi. 2005. **Analisa Faktor-Faktor Perusahaan Yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor (Studi Kasus Perusahaan Ekspor Di Sumatera Barat)**, Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 1, No.1.2005.
- Adinugroho. 2008. **Analisis Pertumbuhan Ekspor**.ui.ac.id
- BDS Bahari Bangkit. 2011. **Data Industri Batik Tulis Lasem**. Rembang.
- Feriyanto Nur. 2004. **Profil Industri Kecil Tekstil dan Produk Tekstil di Kab. Klaten**, Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 9 (1), UMS.
- Ghozali, Imam. 2011. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gujarati, Damodar. 2003. **Basic Econometrics**. Fourth edition. The Mc Graw Hill.
- IPI. 2006. **Hasil Analisis Tim Peneliti Berdasar Studi Lapangan di Kabupaten Rembang**, Jakarta.
- Indrawanto Wahyu. 2003. **Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Ekspor (Studi Pada Industri Meubel Di Kabupaten Jepara Jawa Tengah)**. Thesis Program Pasca Sarjana Magister Manajemen UNDIP.(tidak dipublikasikan)
- Kuncoro, Mudrajad dan Irwan A.S. 2003. **Analisis Formasi Keterkaitan, Pola Kluster dan Orientasi Pasar: Studi Kasus Sentra Industri Keramik di Kasongan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta**. Jurnal Empirika, Vol 16 No. 1, Juni 2003.UMS.
- Kusumawati, Endar. 2004. **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor UKM Dengan Lingkungan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Industri Furniture di Kabupaten Jepara**. Undip.ac.id.
- Kuncoro, Mudrajad. 2008. **UKM dan Orientasi Ekspor** <http://www.seputar-indonesia.com/ediscetak/periskop/ukm-dan-orientasi-ekspor.html> Senin, 11/02/2008.
- Kompas.com. **Ekspor Batik Lasem**. 27 Oktober 2009.

- Liong, Kwan Hwie, 2007, **Batik Lasem: Refleksi Sejarah, Dimensi Multikultur dan Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Rembang, Propinsi Jawa Tengah**, Majalah KANURI, Vol. 1, No. 1, Januari, Institut Pluralisme Indonesia (IPI), Jakarta
- Latifah, Dian Nurul. 2007. **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Adaptasi Promosi Ekspor Bagi Peningkatan Kinerja Pemasaran Ekspor. (Studi Kasus Industri Ekspor Furniture Di Jawa Tengah)** Undip.ac.id
- Rejekiingsih, Tri Wahyu. 2004. **Mengukur Besarnya Peranan Industri Kecil Dalam Perekonomian Di Propinsi Jawa Tengah**. Jurnal Dinamika Pembangunan. Vol. 1 No. 2 Desember. Semarang . FE - IESP - UNDIP.
- Sudantoko, Joko. 2010. **Pemberdayaan Industri Batik Skala Kecil di Jawa Tengah (Studi Kasus di Kabupaten dan Kota Pekalongan)**.undip.ac.id
- Wanty, Etika Eka. 2006. **Analisis Produksi Batik Cap dari UKM Batik Kota Pekalongan (Studi pada Sentra Batik Cap Pekalongan, Jateng)** Thesis (tidak dipublikasikan). Semarang. Program Pasca Sarjana MIESP UNDIP.
- [www.krjogja.com/.../Batik.Lasem.Dapat.Penghargaan.YBI.html](http://www.krjogja.com/.../Batik.Lasem.Dapat.Penghargaan.YBI.html)*
- Yunus, M. 2003. **Analisis Kinerja Industri Kecil dan Menengah Dalam Pemasaran Global Ditinjau Dari Orientasi dan Strategi, Studi Kasus : Industri Kerajinan, Peserta Pameran Produksi Indonesia 2003**. ui.ac.id