

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Industri dan Industrialisasi.

Sebelum mengenal industri dan industri kecil lebih dalam, maka terlebih dahulu mengenal apa itu industrialisasi. Industrialisasi merupakan suatu proses interaksi antara pengembangan teknologi, inovasi hingga spesialisasi pada saat melakukan produksi dan perdagangan antar negara satu dengan negara lainnya yang kemudian sejalan dengan peningkatan pendapatan perkapita yang akan mendorong perubahan struktur perekonomian suatu negara. Kemudian industri memiliki dua arti yakni : (1) Industri dapat di artikan sebagai himpunan perusahaan-perusahaan atau sejenisnya, dapat di contohkan perusahaan pakaian yang merupakan himpunan perusahaan yang menghasilkan produk pakaian, sehingga kata industri merupakan sebuah rangkaian kata yang menjelaskan jenis barang yang di produksinya. (2) Industri dapat pula dikatakan suatu sektor ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah suatu barang menjadi sebuah barang setengah jadi. Kegiatan pengolahan tersebut dapat bersifat masial, elektrik, atau manual. Dengan kata lain pengertian industri kedua ini adalah sektor industri pengolahan

(*manufacturing*) yakni sebagai salah satu sektor produksi atau lapangan usaha perhitungan pendapatan nasional menurut pendekatan produksi.

Secara umum industri juga di katakan sebagai suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan setengah jadi menjadi barang jadi dan siap pakai, dan memiliki nilai jual untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Kemudian hasil dari industri juga tidak selalu berupa barang tetapi juga bisa dalam bentuk jasa

Menurut UU nomor 5 tahun 1984 tentang Perindustrian, yang menyebutkan industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi, atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancangan dan perancangan industri.

Undang-undang nomor 3 tahun 2014 tentang perindustrian, yang dimaksud dengan industri adalah seluruh kegiatan ekonomi yang mengelola bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.

Dari definisi di atas maka dapat di tarik kesimpulan bahwa industri merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengelola bahan yang masih mentah

hingga menjadi barang yang siap di konsumsi yang memiliki daya jual yang tinggi yang selanjutnya juga akan memberi keuntungan yang tinggi.

a. Jenis-jenis Industri.

Jenis-jenis industri di klasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Klasifikasi industri berdasarkan hubungan vertikal
- 2) Klasifikasi industri berdasarkan hubungan horizontal
- 3) Klasifikasi industri atas dasar skala usahanya
- 4) Klasifikasi industri atas dasar tingkat jenis produksinya
- 5) Kemudian terdapat klasifikasi industri berdasarkan tempat bahan baku

yakni sebagai berikut :

- a) Industri Ekstraktif, merupakan industri yang bahan bakunya di ambil langsung dari alam sekitar atau dapat dikatakan di ambil dari sumber daya alam sekitar. Contohnya: pertanian, perkebunan, perhutanan, perikanan, peternakan, pertambangan, dan lainnya.
- b) Industri Nonekstatif, merupakan industri yang bahan bakunya di ambil dari selain alam sekitar artinya tidak berasal dari sumber daya alam sekitar.
- c) Industri Fasilitatif, merupakan industri yang produk utamanya adalah bentuk jasa yang di jual kepada para konsumennya. Contohnya : asuransi, perbankan, transportasi, ekspedisi dan lain sebagainya.

- 6) Industri berdasarkan tingkat investasinya yakni sebagai berikut ;
- a) Industri besar dengan tingkat investasi lebih dari 1 miliar.
 - b) Industri sedang dengan tingkat investasi 200 juta-1 miliar.
 - c) Industri kecil dengan tingkat investasi 5 juta-200 juta.
 - d) Industri kerajinan rumah tangga dengan tingkat investasi < 5 juta.
- 7) Terdapat pula industri berdasarkan jumlah tenaga kerja yakni sebagai berikut :
- a) Industri besar menggunakan jumlah tenaga kerja sekitar 100 orang atau lebih.
 - b) Industri sedang menggunakan jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang.
 - c) Industri kecil menggunakan jumlah tenaga kerja 5-19 orang.
 - d) Industri rumah tangga menggunakan jumlah tenaga kerja 1-4 orang.

a. Penggolongan Industri.

Selanjutnya terdapat pembagian atau penggolongan industri berdasarkan pemilihan lokasi yakni sebagai berikut :

- 1) Industri yang berorientasi atau menitik beratkan pada pasar (*market oriented industry*) adalah industri yang didirikan sesuai dengan lokasi potensi target konsumen. Industri ini akan mendekati dimana potensi konsumen berada. Semakin dekat industri ini dengan pasar maka akan menjadi lebih baik.
- 2) Industri yang berorientasi pada tenaga kerja (*man power oriented industry*) adalah industri yang berada pada lokasi di pusat pemukiman penduduk karena biasanya jenis industri tersebut membutuhkan banyak tenaga kerja agar lebih efektif dan efisien.
- 3) Industri yang berorientasi pada bahan baku (*supply oriented industry*) merupakan jenis industri yang mendekati dimana bahan baku berada untuk meminimalisir biaya transportasi yang besar.

2. Industri Kecil.

Dengan adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1998, maka pada saat itu hampir semua sektor terkena imbas dari krisis moneter yang melanda pada saat itu. Pada saat itu dunia usaha sangat sulit untuk mengembangkan usaha. Dampak yang sangat terasa pada masa itu adalah sulitnya untuk mendapatkan permodalan karena sisa hasil usaha yang digunakan untuk menutupi biaya produksi yang semakin membengkak dengan adanya krisis moneter pada saat itu.

Sektor dunia usaha khususnya di sektor informal sangat berperan penting untuk memecahkan suatu persoalan perekonomian baik dalam tingkat nasional maupun daerah. Usaha industri kecil tidak dapat di pandang sebelah mata oleh masyarakat maupun pemerintah, karena kreatifitas yang dimiliki oleh indutri kecil mampu mengatasi persoalan sempitnya lapangan pekerjaan. Kemudian perlu adanya perlindungan bagi masyarakat agar pemerintah dapat terus melakukan pembinaan guna berkembangnya industri kecil tersebut.

Industri kecil merupakan salah satu yang termasuk ke dalam usaha kecil. Undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kelayakan bersih paling banyak Rp.200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.1.000.000.000 serta dapat

menerima kredit dari bank maksimal diatas Rp.50.000.000 sampai dengan Rp.500.000.000.

Berdasarkan Undang-undang No 20 tahun 2008 Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang dari sebuah perusahaan, yang dikuasai atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang di maksudkan di dalam Undang-undang ini. Sedangkan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri-sendiri yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang dari sebuah perusahaan, yang dikuasai atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana di atur dalam Undang-undang ini.

3. Kerajinan Tenun.

Tenun merupakan proses dalam pembuatan kain dengan menggabungkan benang-benang secara melintang, memanjang dan melebar (Afendi, 1995). Kain tenun di buat dengan cara menyilangkan benang-benang secara membujur menurut panjang kain (benang lungsi) dengan isian benang melintang menurut lebar kain (benang pakan) (Puspo, 2009).

Tenun adalah salah satu jenis kriya Nusantara yakni kriya textile. Menurut Bastomi (2000) kata lain dari kriya adalah karya atau kerja. Kriya merupakan seni yang mengutamakan kerja, dengan demikian hasil kriya sering di sebut dengan seni kriya dengan kata lain adalah seni terapan. Tenun termasuk benda-benda seni rupa yang di dalamnya mengandung nilai fungsional, tenun juga memiliki manfaat ganda yang dapat digunakan sebagai alat/perlengkapan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu tenun juga dapat dinikmati keindahannya.

Tenun tradisional Indonesia merupakan produk seni budaya yang diproduksi di berbagai wilayah di seluruh nusantara. Ciri khas yang dimiliki tenun tradisional beragam hias, makna, teknik pembuatan, kemudian memiliki nilai budaya yang tinggi dan merupakan identitas masyarakat setempat. Setiap etnik memiliki budaya masing-masing, setiap budaya etnik merupakan sebuah jati diri, dan *local genius* atau kepribadian entik itu sendiri. Budaya etnik juga memiliki cirri-ciri khusus dan memiliki karakteristik yang sesuai dengan lokasi serta lingkungan alam sekitarnya (Bastomi, 2000).

a. Deskripsi ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin).

Alat Tenun Bukan Mesin merupakan kelompok tenun tradisional dimana alat ini adalah terbuat dari kayu dan di kerjakan secara manual. Ciri-ciri yang menonjol pada ATBM ini adalah sebagai berikut :

- 1) Rendahnya efisiensi produk
- 2) Rendahnya kemampuan produk (dalam jumlah)
- 3) Rendahnya kualitas hasil produksi secara teknologis
- 4) Tingginya nilai seni tradisional merupakan prinsip dari ATBM

Beberapa bagian dari peralatan ATBM belum dapat menunjang proses pertenunan, sehingga kualitas serta kuantitas yang di hasilkan ATBM belum dapat maksimal. Peralatan tenun ATBM diambil sebagai alternatif awal sebelum di modifikasi. Disisi lain terdapat kelemahan pada ATBM standar yakni sebagai berikut :

- 1) Terdapat di bagian lade , sistem pergerakan ini dilakukan secara manual dengan menggunakan tangan, dengan demikian pergerakan lade ini tidak konstan. Hal ini dapat mengakibatkan ketidaksamaan pada tingkat kerapatan benang hasil tenunan tidak sama, sehingga kualitas dari hasil produk tenun tersebut kurang baik.
- 2) Kontruksi dudukan lade, pada peralatan ini hanya dapat bertumpu pada rangka bagan atas, sehingga akan mengakibatkan dudukan yang tidak seimbang apabila alat ini digunakan dalam jangka panjang. Hal ini akan mengakibatkan pergerakan lade tidak merata pada saat merapatkan benang pakan.
- 3) Pergerakan pembukaan mulut lusi, system pembukaan mulut lusi yang tidak rata akan mengakibatkan benang lusi yang di angkat

akan cepat putus. Hal ini menimbulkan beberapa sambungan pada benang lusi yang akhirnya pada permukaan hasil produk tenunan menjadi tidak rata.

4. Teknologi.

Secara harfiah teknologi merupakan segala daya upaya yang dapat dilakukan oleh manusia untuk mendapatkan taraf hidup yang lebih baik. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwasanya tujuan akhir pada penggunaan teknologi adalah untuk kesejahteraan hidup, tetapi teknologi juga seringkali berdampak negatif bagi suatu usaha, sistem maupun lingkungan.

Tjakraatmadja di dalam Sa'id (2001) mengemukakan terdapat lima sifat pokok teknologi yang perlu dipahami, yakni :

- 1) Ilmu pengetahuan dan praktik/percobaan yang merupakan prasyarat untuk tumbuh dan berkembangnya teknologi. Teknologi yang dikuasai akan makin berkembang jika sudah terbagi dan dimanfaatkan.
- 2) Teknologi juga dapat berupa kompetensi yang melekat pada diri manusia (*human embedded technology*), dapat pula berwujud fisik yang melekat pada mesin dan peralatan (*object embedded technology*), serta sebuah informasi yang diwadahi oleh sistem dan organisasi (*document embedded technology*). Teknologi yang dibutuhkan oleh manusia baik berupa benda fisik, keahlian dan keterampilan, maupun berupa dokumen informasi (seperti buku, jurnal dan majalah).

- 3) Teknologi tidak memiliki nilai guna apabila tidak diterapkan (tidak terbagi dan terpakai secara tepat guna).
- 4) Sebagai salah satu aset sebuah perusahaan, teknologi dapat di temukan, dikembangkan, di beli, di jual, di curi, atau tidak mempunyai nilai guna apabila teknologi yang dimiliki sudah kadaluarsa. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi bersifat dinamis dan mempunyai siklus hidup yang sama dengan siklus hidup produk.
- 5) Pada umumnya, teknologi digunakan untuk mensejahterakan masyarakat atau meningkatkan kualitas hidup manusia. Dengan demikian teknologi merupakan faktor penting dalam mengembangkan ekonomi suatu wilayah.

Selain itu Hubeis di dalam Sa'id (2001) juga membagi tipologi teknologi ke dalam empat kelompok teknologi yakni :

- 1) teknologi standar dengan sistem produksi standar, peralatan standar, dan pekerja yang berkualifikasi sedang;
- 2) teknologi mutakhir dengan sistem produksi kompleks, peralatan kompleks dan berkualifikasi tinggi;
- 3) teknologi tradisional dengan sistem produksi standar, peralatan tidak banyak, dan pekerja kurang berkualifikasi;
- 4) teknologi transisi dengan sistem produksi standar, peralatan sederhana sampai modern, dan pekerja kurang berkualifikasi.

a. Pengelolaan teknologi

Sebuah aplikasi di dalam suatu sistem (perusahaan atau organisasi) memerlukan dukungan dari pihak manajemen sistem tersebut.

Teknologi bukan hanya terdiri atas aspek rekayasa dan ilmu pengetahuan alam saja, tetapi juga terintegrasi dengan manajemen sehingga dapat digunakan atau dikelola untuk mencapai tujuan yang dkehendaki.

Teknologi merupakan sarana untuk melakukan suatu tugas, kearah kehidupan manusia yang semakin baik dan sejahtera. Teknologi juga dapat dianggap sebagai pengetahuan dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sebuah tujuan. Selain itu, teknologi juga dapat diterapkan untuk merancang bangun suatu produk dan proses yang baru, atau untuk pencarian ilmu yang baru. Oleh karena itu, pengelolaan teknologi yang kompleks di atas hendaknya dilakukan secara efektif dan efisien sehingga akan memperoleh hasil yang optimal.

Teknologi memiliki dua kategori umum yaitu : 1) teknologi keras, yang diwakili oleh ilmu pengetahuan alam, rekayasa teknik, dan matematik; 2) teknologi lunak, yang diwakili oleh berbagai proses bisnis yang diperlukan untuk menerjemahkan ide dan sebuah konsep menjadi produk yang layak untuk dijual.

Selain itu, teknologi juga dapat digunakan untuk mengubah struktur suatu industri. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh teknologi untuk mengubah struktur suatu industri, yakni :

- 1) Teknologi dapat mengubah skala ekonomi sehingga dapat meningkatkan atau menurunkan hambatan bagi suatu perusahaan untuk membuat investasi pada sebuah industri.

- 2) Teknologi dapat mengubah hubungan penawaran di antara industri, pembeli produk, dan pemasok bahan baku.
- 3) Teknologi juga dapat menciptakan produk atau kegunaan produk yang baru sehingga produk baru tersebut dapat mensubstitusi produk yang sudah ada.
- 4) Teknologi dapat mengubah dasar persaingan, misalnya dalam menentukan harga.
- 5) Teknologi dapat mengubah batasan industri, baik dengan memperluasnya (melibatkan perusahaan atau industri lainnya) atau mempersempit (dengan memusatkan pada segmen-segmen tertentu).

Dalam aspek kebangkitan produk, pengelolaan teknologi mencakup berbagai aktivitas yang langsung berhubungan dengan penggunaan ilmu pengetahuan dan rekayasa untuk penelitian, pengembangan, dan manufakturing. Pada pengelolaan teknologi untuk kebangkitan produk memerlukan berbagai kegiatan yakni :

- 1) Pemaduan antara ilmu pengetahuan, rekayasa, dan manajemen dengan aktifitas penelitian, pengembangan dan manufakturing, serta melakukan pengelolaan komponen tersebut sebagai suatu entitas tertentu.
- 2) Menerima fakta bahwa teknologi merupakan suatu isu bisnis, bukan hanya semata-mata isu teknologi saja. Tujuan utama dari teknologi adalah memperbaiki kinerja pada suatu bisnis.

- 3) Mempertimbangkan teknologi sebagai suatu bagian yang integral dari strategi bisnis, dan bukan sebagai suatu entitas yang menyokong strategi suatu bisnis. Selain itu juga mengerti peran strategi teknologi dalam mengupayakan keuntungan kompetitif.
- 4) Meningkatkan kinerja SDM, teknologi, dan aset bisnis lainnya dengan mengoptimalkan hubungan antara fungsi teknologi dari suatu bisnis.
- 5) Mengembangkan proses, teknik, dan sistem komunikasi untuk menentukan status teknologi mutakhir dan pemilihan teknologi yang tepat di masa depan.
- 6) Pengakuan bahwa proses penelitian dan pengembangan (litbang) menentukan kesuksesan dan kegagalan suatu produk. Produk dan proses merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.
- 7) Merencanakan teknologi yang mengintegrasikan seluruh aktivitas dalam fungsi yang berhubungan.
- 8) Mengevaluasi investasi teknologi untuk risiko finansial, bisnis, dan sumber daya dalam kaitannya dengan suatu bisnis khusus, di dalam batasan unit bisnis tersebut. Perbedaan pada evaluasi dan justifikasi harus diketahui.
- 9) Pengembangan dan praktik proses formal yang fleksibel untuk pemilihan dan mengevaluasi proyek yang tepat dalam strategi bisnis.

10) Mengurangi waktu proyek total, di saat inisiasi konsep sampai tahap komersialisasinya, melalui integrasi fungsi pada bisnis yang berhubungan.

11) Meningkatkan kinerja manajemen teknik dan peningkatan kinerja sumber daya manusia yang terlibat.

a. Pengembangan Teknologi.

Sebuah perusahaan atau organisasi yang berwawasan kedepan akan senantiasa menjadikan teknologi sebagai basis untuk meningkatkan daya saing perusahaannya. Dengan demikian, pengembangan teknologi yang dilakukan tidak hanya sekedar mengikuti *trend* teknologi yang ada, melainkan bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Keuntungan yang di harapkan ini bersifat *tangible* dan *intangible*.

Perencanaan strategi terhadap teknologi merupakan sebuah proses berpikir paralel terhadap bentuk suatu perusahaan dan peranan pada teknologi di dalam perusahaan tersebut. Adanya input teknologi yang diharapkan dapat membantu kerangka dasar strategi bisnis suatu perusahaan atau industri, dan kemudian strategi teknologi tersebut ikut memberikan kontribusi dalam suatu implementasi strategi bisnis tersebut.

b. Adopsi Inovasi Teknologi.

Inovasi teknologi merupakan kreatifitas yang bersumber dari suatu keterampilan serta keahlian seseorang, yang berkaitan erat hubungannya dengan suatu kegiatan yang nantinya akan menghasilkan sebuah produk baru atau memodifikasi sebuah produk agar memberikan keunggulan dan kegunaan lebih, dan memenuhi permintaan pasar. Sedangkan proses dari inovasi teknologi yakni proses penerimaan hal-hal yang baru. Kemudian proses ini dapat dilihat dari tingkah laku individu yang bersangkutan (Wariatmaja, 1983).

Dari kesimpulan di atas maka inovasi teknologi pada Industri Kerajinan Tenun dapat dilihat dari bagaimana pelaku usaha tersebut dalam menghasilkan suatu produk baru dan memodifikasi produk tersebut sesuai dengan permintaan di pasar yang mencakup desain hingga pemasaran.

c. Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi

Suatu karakteristik individu seperti halnya kondisi sosial ekonomi, perilaku berkomunikasi dan berinteraksi, maka perilaku dalam mengadopsi inovasi terbagi menjadi lima kategori yakni *early adopter*, *inovator*, *early majority*, *late majority*, dan *laggards* (Rogers 2003, di dalam Suharti dkk 2013).

Untuk menentukan apakah suatu produk termasuk produk inovasi atau bukan dapat dilakukan dengan bantuan tenaga kurir yang berasal dari unit pelaksanaan teknis. Kemudian dalam menentukan tingkat adopsi inovasi dapat dilakukan dengan cara membandingkan jumlah produk inovasi dan jumlah produk total.

1) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Adopsi Inovasi

Teknologi.

Adopsi inovasi dapat dilakukan dari sudut pandang yang berbeda-beda, baik yang bersifat individual maupun agregasi serta dengan cara statis maupun dinamis. Kombinasi keempat sudut pandang ini menghasilkan empat pendekatan yang berbeda (Sudarno, 1987 dalam Sumarno 2010).

TABEL 2. 1
Pengelompokan Pendekatan Adopsi Inovasi

	Statis	Dinamis
Individual	I	II
Agregat	III	IV

Sumber : Sudarno 1987 dalam Sumarno 2010.

Pada pendekatan I berkaitan dengan pilihan yang diambil oleh seseorang pelaku usaha terhadap dua produk atau proses. Pada pendekatan ini penekanan penelitian yang digunakan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi seorang pelaku usaha dalam menentukan

pilihan adopsi inovasi. Faktor-faktor tersebut antara lain yakni : ketersediaan kredit dan tenaga kerja, skala usaha, karakteristik pengusaha (seperti : pendidikan, umur, sikap terhadap resiko) dan faktor keadaan pasar.

Pendekatan kategori II merupakan aplikasi psikologi. Faktor utama terletak pada proses mental yang di alami oleh seseorang sebelum keputusan untuk menolak atau menerima adopsi inovasi, dengan kata lain faktor psikologi si penerima inovasi sangat mempengaruhi keputusan inovasi.

Pendekatan kategori III yakni mempelajari peranan faktor social dan budaya pada adopsi inovasi. Pada pendekatan ini berfokus pada faktor sikap dan nilai yang di anut oleh kelompok masyarakat tertentu. Dan yang terakhir pendekatan IV menekankan pada dinamika adopsi inovasi pada tingkat agregasi pada suatu area tertentu.

5. Pemasaran.

Pemasaran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, dimana pemasaran dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan pemenuhan pelanggan untuk tercapainya suatu kepuasan untuk memberi dampak positif bagi sebuah perusahaan dalam persaingan berbisnis di era dewasa ini.

Pemasaran mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar penjualan dan periklanan. Pemasaran merupakan serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran (*target market*), mengevaluasi kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa, memuaskan keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba baru perusahaan.

Banyak definisi tentang pemasaran yang selalu berkembang, berikut ini definisi pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa ahli : (1) Menurut Tjiptono pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lainnya. (2) Menurut William J Stanton definisi pemasaran merupakan kegiatan tukar menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia serta dalam arti bisnis. Pemasaran adalah sistem dari sebuah sistem kegiatan bisnis yang direncanakan, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang-barang memuaskan keinginan besar. (3) Menurut H.T Gitosudarmo pemasaran merupakan proses agar pengusaha dapat memenuhi, mempengaruhi konsumen agar mereka tertarik, senang dan kemudian membeli dan akhirnya puas dengan produk yang dibelinya.

a. Proses Manajemen Pemasaran.

1) Perencanaan Pemasaran.

Dalam melakukan sebuah kegiatan pemasaran terdapat suatu penentuan yakni meliputi tujuan, strategi, kebijaksanaan serta sebuah taktik yang dijalankan. Tujuan dari itu semua adalah:

- a) Menghilangkan ketidakpastian masa yang akan datang bila ada perubahan-perubahan yang diakibatkan oleh situasi dan kondisi perusahaan maupun diluar perusahaan yang tidak menentu.
- b) Dengan adanya perencanaan akan menghindari adanya penyimpangan tujuan karena tujuan organisasi sudah di fokuskan.
- c) Rencana pemasaran yang terinci di perlukan di setiap bisnis.

Di dalam sebuah perencanaan harus dapat di kaji di berbagai masalah dan kemungkinan yang akan di hadapi oleh pelaku industri yang bertujuan untuk mengantisipasi dan memperkecil segala resiko yang ada. Berikut adalah perencanaan dalam pemasaran :

- a) Ringkasan bagi eksekutif tujuannya adalah untuk menyajikan pandangan singkat atas rencana yang telah disusulkan agar dapat di tinjau dengan cepat oleh manajemen.
- b) Situasi pemasaran saat ini tujuannya adalah untuk menyajikan data latar belakang yang relevan mengenai produk, pasar, persaingan serta distribusi.

- c) Analisis ancaman dan peluang tujuannya adalah untuk mengetahui ancaman dan peluang utama yang mungkin akan mempengaruhi produk.
 - d) Sasaran dan isu tujuannya adalah untuk menentukan sasaran perusahaan untuk produk di bidang penjualan, pangsa pasar, laba serta isu yang akan mempengaruhi sasaran ini.
 - e) Strategi pemasaran tujuannya adalah untuk menyajikan pendekatan pemasaran yang luas, yang nantinya akan digunakan untuk mencapai sasaran dalam perencanaan.
 - f) Program tindakan tujuannya adalah untuk menspesifikasikan apa yang telah dilakukan, kemudian siapa yang melakukannya, kapan dan berapa biayanya.
 - g) Anggaran tujuannya adalah untuk melaporkan laba dan rugi yang diproyeksikan dan meramalkan hasil keuangan yang diharapkan dari rencana.
 - h) Pengendalian tujuannya adalah untuk menunjukkan bagaimana kemajuan rencana yang akan di pantau.
- b. Implementasi pemasaran.

Implementasi pemasaran merupakan proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sebuah sasaran. Implementasi ini mencakup aktivitas dalam

sehari-hari, dari bulan kebulan yang secara efektif melaksanakan rencana pemasaran. Implementasi ini akan sukses tergantung dari beberapa kegiatan kunci yaitu :

- 1) Pengorganisasian kegiatan pemasaran yakni proses menciptakan hubungan antara fungsi personalia dan faktor fisik, agar kegiatan pemasaran dapat dilaksanakan agar mencapai tujuan yang benar.
- 2) Pengarahan kegiatan pemasaran. Dengan pengarahan segala kegiatan yang menyimpang akan terdeteksi dan pimpinan dapat memberikan motivasi yang nantinya akan menghasilkan suatu yang sesuai dengan harapan serta agar terjadi harmonisasi antar anggota organisasi.
- 3) Pengkoordinasian kegiatan pemasaran yakni usaha mensinkronkan serta menyatukan segala kegiatan pemasaran dalam sebuah organisasi agar tercapainya tujuan yang efektif dan efisien.

c. Pengendalian/Evaluasi kegiatan pemasaran.

Pengendalian yang dimaksud disini adalah usaha dalam memberikan petunjuk kepada para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana, yakni sebagai berikut:

- 1) Menentukan standard
- 2) Supervisi kegiatan atau pemeriksaan

3) Perbandingan hasil dengan standard

4) Kegiatan mengkoreksi standard

Dari kegiatan pengendalian/evaluasi diatas maka dapat dibagi menjadi dua macam yakni:

1) Pengendalian operasional termasuk dalam memeriksa kinerja yang sedang berlangsung terhadap rencana tahunan dan mengambil tindakan perbaikan bila perlu. Tujuan ini adalah untuk memastikan bahwa suatu perusahaan dapat mencapai penjualan, laba, serta sasaran yang ditetapkan dalam rencana tahunannya.

2) Pengendalian strategi yakni meliputi pengamatan apakah strategi dasar perusahaan sesuai dengan peluang yang terbuka. Dalam hal ini, strategi dan program pemasaran dapat ketinggalan zamannya dalam waktu yang singkat sehingga setiap perusahaan harus secara periodik menilai ulang pendekatan terhadap pasar secara keseluruhan.

d. Fungsi Pemasaran.

Peran pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa sampai ke tangan konsumen saja, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberi kepuasan kepada pelanggan dan menghasilkan keuntungan. Berikut fungsi dari pemasaran yakni:

1) Fungsi Pertukaran.

Dengan adanya pemasaran, pembeli dapat membeli produk dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali. Terdapat dua fungsi dari pertukaran ini yakni fungsi pembelian dan fungsi penjualan.

2) Fungsi Fisik.

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan berbagai macam cara baik melalui darat, udara atau air. Penyimpanan produk mengedepankan dan menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

3) Fungsi Fasilitas.

Fungsi fasilitas merupakan aktifitas untuk memperlancar kinerja fungsi pertukaran dan fisik. Fungsi fasilitas ini meliputi fungsi standarisasi, fungsi financial, fungsi penanganan resiko dan fungsi intelijensi pasar.

4) Fungsi standarisasi.

Penetapan dan perlakuan terhadap suatu produk agar menjadi seragam merupakan fungsi standarisasi. Grading merupakan penyortiran produk-produk ke dalam satuan atau unit menurut kualitasnya. Fungsi standarisasi dan grading merupakan

salah satu fungsi pemasaran, tujuannya adalah untuk menyederhanakan dan mempermudah serta meringankan biaya pemindahan komoditi melalui saluran pemasaran.

5) Fungsi financial.

Fungsi pendanaan akan menjadi penting apabila terjadi perbedaan waktu antara pembeli produk dengan penjual. Semakin banyak barang yang disimpan maka dana yang dibutuhkan akan semakin besar. Dalam hal ini peranan lembaga keuangan akan menjadi sangat penting, dalam perhitungan biaya pemasaran, fungsi pendanaan ini juga perlu di perhitungkan berdasarkan *opportunity cost*.

6) Fungsi penanganan resiko.

Dalam proses pemasaran komoditi pertanian, resiko merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam proses pemasaran. Terdapat tiga macam resiko yakni :

- a) Resiko yang timbul karena sifat produk
- b) Ciri dari hasil pertanian adalah produk yang mudah rusak dan tidak tahan lama.
- c) Perubahan harga menyebabkan timbulnya kerugian aktual atau kehilangan laba potensial bagi mereka penjual dan pembeli barang, baik produsen maupun pedagang perantara.

d) Resiko alamiah mencakup peristiwa-peristiwa alam diluar kekuasaan manusia.

7) Fungsi intelijensi pasar.

Fungsi ini merupakan pekerjaan yang meliputi pengumpulan, interpretasi dan diseminasi informasi dari berbagai macam data yang diperlukan agar proses pemasaran dapat berjalan dengan lancar.

6. Sumber Daya Manusia.

Manusia merupakan potensi utama sumberdaya karena manusia memegang peranan penting dalam keberhasilan sebuah usaha. Dalam sebuah organisasi, usaha yang besar , modal yang besar, teknologi yang canggih, serta sumber daya alam yang berlimpah tidak mungkin dapat tersalurkan tanpa adanya keberadaan sumber daya manusia yang memadai, serta memiliki kemampuan dan kompetensi untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia.

Secara sederhana yang dimaksud dengan Sumber Daya Manusia adalah daya yang bersumber dari manusia. Daya yang bersumber dari manusia ini dapat pula disebut tenaga atau kekuatan.

Ada beberapa ahli yang mendefinisikan Sumber Daya Manusia seperti Hasibuan, menurut Hasibuan Sumber Daya Manusia merupakan kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Kemudian menurut Veithzal Rival Sumber Daya Manusia adalah seorang yang siap dan

mampu memberi sumbangan usaha untuk pencapaian tujuan organisasi. Sumber Daya Manusia juga merupakan salah satu unsur masukan (*input*) yang bersama unsur lainnya seperti modal, bahan, mesin dan metode/teknologi diubah menjadi proses manajemen, dan menjadi output berupa barang atau jasa dalam usaha mencapai tujuan perusahaan.

a. Kualitas Sumber Daya Manusia.

Kualitas sumber daya manusia (SDM) adalah segalanya. Majunya peralatan di sebuah pabrik atau industri serta besarnya modal yang dipakai kalau tidak dikelola oleh ahlinya, maka sumber daya tersebut tidak akan baik dan benar. Kemudian perusahaan akan rugi, oleh karena itu tidak heran apabila saat ini faktor SDM merupakan faktor utama di sebuah perusahaan atau industri.

1) Pentingnya SDM

Sumber daya manusia merupakan peran penting di dalam semua aspek kegiatan perusahaan serta industri, mulai dari aspek manajerial maupun ke aspek keterampilan. Sebuah perubahan di dalam perusahaan tidak dapat dihindari, terutama karena adanya pengaruh teknologi baru dan adanya ekspektasi (harapan) para pekerja terhadap harapan baru yang muncul bersamaan dengan berubahnya kebutuhan pekerja yang disebabkan karena meningkatnya tingkat pendidikan pada pengetahuan atau meningkatnya suatu faktor sosial ekonomi.

Perusahaan perlu adanya program pengembangan sumber daya manusia (*human resource development*). Program ini penting untuk meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki sebuah perusahaan atau industri. Asumsinya adalah apabila kualitas SDM naik, maka perusahaan akan lebih maju (Soekartawi, 2000).

Tugas utama program SDM adalah merencanakan kebutuhan pekerja sesuai dengan bidangnya. Intinya adalah dengan didahului dengan *job analysis*. Dengan teknik ini maka akan diketahui tenaga kerja seperti apa yang diperlukan menurut keahliannya. Program pengembangan sumber daya manusia juga harus perlu diarahkan bagaimana seorang karyawan mempunyai sebuah tanggung jawab yang besar terhadap perusahaan atau industri, dengan adanya rasa yang ditanamkan pada diri karyawan agar dapat bekerja dengan tentram untuk membangun perusahaan tersebut.

2) SDM dan Kemampuan Berkompetensi

Kompetensi merupakan ciri yang perlu dimiliki oleh suatu perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Didalam keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) diperlukan kemampuan untuk melakukan efisiensi di semua bidang. Program SDM terbagi menjadi dua, ada yang jangka panjang dan ada jangka pendek.

Karyawan yang mengikuti program SDM harus memiliki kriteria, yakni :

- a) Apakah program tersebut relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- b) Apabila relevan, maka perlu adanya skala prioritas, program SDM manakah yang akan diikuti.
- c) Berapa lama program tersebut harus diikuti. Hal ini penting untuk mencari karyawan pengganti pada posisi yang ditinggalkan untuk mengikuti program SDM.
- d) Apakah program SDM yang jangka pendek (kursus,seminar) atau yang jangka panjang. Dalam hal ini untuk memilih jangka panjang atau jangka pendek adalah tergantung dari dana yang tersedia dan kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan.
- e) Apakah pogram tersebut dilaksanakan di dalam negeri atau diluar negeri. Ini juga sangat tergantung dari kebutuhan perusahaan.

Dengan demikian, semuanya itu tujuannya adalah satu, yaitu bagaimana seorang karyawan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kompetisi (Soekartawi, 2000).

7. Permodalan.

Dalam arti sempit modal merupakan sejumlah uang yang dapat digunakan untuk membeli semua keperluan usaha. Dalam pengertian umum modal yakni mencakup benda-benda seperti tanah, gedung, mesin, alat-alat perkakas, dan barang produktif lainnya yang digunakan untuk kegiatan usaha. Modal di bagi menjadi dua yakni:

- a. Modal Tetap (*fixed capital*) merupakan semua benda modal yang di pergunakan secara terus menerus dalam jangka waktu yang panjang pada kegiatan suatu produksi. Contohnya seperti tanah, gedung, mesin dan lainnya.
- b. Modal Bekerja (*working capital*) merupakan modal untuk mendapatkan operasi sebuah perusahaan contohnya untuk pembelian bahan dasar dan bahan habis pakai, membiayai upah, membiayai transportasi dan pengiriman barang, biaya penjualan dan reklame, serta pembiayaan pemeliharaan.

Selanjutnya sumber modal yang dapat digali dari industri kecil terbagi menjadi dua kelompok yakni : (1) Sumber Ekstern yang terdiri dari pihak lain (bukan bank), bank, dan modal venture. Modal venture merupakan bentuk penyertaan modal yang bersifat hanya sementara kedalam perusahaan pasangan usaha (PPU) yang ingin mengembangkan usahanya yang kemudian mengalami kesulitan dalam pendanaan.

8. Aspek Organisasi.

Pengorganisasian merupakan salah satu fungsi dalam manajemen, untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi. Pengorganisasian berkaitan dengan pengelompokan suatu kegiatan, pengaturan orang maupun sumber daya lainnya serta mendelegasikan kepada individu maupun unit tertentu untuk menjalankannya, dalam hal ini diperlukannya penyusunan dalam struktur organisasi serta memperjelas fungsi-fungsi di setiap bagian dan sifat hubungan antara bagian-bagian tersebut.

Penyusunan struktur organisasi merupakan hal yang penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan serta industri, baik dalam skala kecil maupun skala besar tetap memerlukan struktur organisasi, yang bertujuan untuk mencapai sasaran organisasi yang telah ditetapkan.

a. Bentuk-bentuk Struktur Organisasi.

1) Struktur Organisasi Fungsional.

Struktur organisasi fungsional adalah struktur organisasi yang paling umum digunakan pada sebuah organisasi. Pada struktur ini pembagian kerja dalam bentuk keuangan, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia. Karyawan-karyawan yang memiliki (*skill*) dalam bekerja dan tugas yang sama akan dikelompokkan bersamaan ke dalam satu unit kerja. Struktur organisasi ini tepat diterapkan pada suatu organisasi

dan perusahaan yang hanya menghasilkan beberapa jenis produk maupun layanan.

2) Struktur Organisasi Divisional.

Struktur organisasi divisional merupakan struktur organisasi yang mengelompokkan berdasarkan kesamaan produk, layanan, pasar dan letak geografis. Organisasi ini biasanya diterapkan pada perusahaan yang berskala menengah keatas.

3) Struktur Organisasi Matriks.

Struktur organisasi matrik adalah kombinasi dari struktur organisasi fungsional dan struktur organisasi divisional yang bertujuan untuk menutupi kekurangan-kekurangan yang ada pada kedua bentuk struktur organisasi tersebut. Struktur organisasi ini sering di sebut juga dengan struktur organisasi proyek, karena karyawan yang berada pada unit kerja fungsional juga harus mengerjakan kegiatan atau tugas-tugas pada proyek organisasi yang telah di tugaskan. Organisasi ini biasanya digunakan pada perusahaan yang berskala besar atau perusahaan multinasional.

B. Penelitian Terdahulu

TABEL 2. 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul	Variable Yang Digunakan	Hasil yang di peroleh
1	J.Y.L.Thong C.S.Yap	1995	CEO characteristics, organizational characteristics and information technology adoption in small businesses.	-Variabel Dependen : Adopsi Teknologi dan Teknologi Informasi -Variabel Independen : Karakteristik Individu dan Karakteristik Organisasi , CEO (Inovasi, sikap adopsi dan pengetahuan)	Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun ukuran bisnis, CEO karakteristik merupakan faktor penting yang mempengaruhi pengangkatan dalam usaha kecil. Usaha kecil lebih mungkin untuk mengadopsi teknologi ketika CEO lebih inovatif, memiliki sikap positif terhadap adopsi teknologi, dan memiliki pengetahuan teknologi yang lebih besar.
2	Herman, M.Parulian Hutagaol	2006	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Teknologi Pengendalian	-Variabel Dependen: Tingkat Adopsi Teknologi -Variabel Independen :	Hasilnya menunjukkan bahwa Faktor yang berpengaruh terhadap pengetahuan petani adalah keberadaan sekolah lapang (SL-PHT), tingkat pendapatan petani dan kesederhanaan teknologi. Faktor yang berpengaruh terhadap sikap petani adalah pengetahuan petani,

			Hama Penggerak Buah Kakao.	<ul style="list-style-type: none"> -Pengetahuan Petani (Keberadaan Sekolah Lapang) -Sikap Petani (Pengetahuan Petani, Luas Kebun Kakao, Keberadaan Kelompok Tani, Jumlah anggota keluarga) -Tindakan Petani (sikap petani, tingkat pendapatan petani, luas kebun kakao yang dikuasai petani dan keberadaan pembina) 	luas kebun kakao, keberadaan kelompok tani dan jumlah anggota keluarga. Faktor yang berpengaruh terhadap tindakan petani untuk mengadopsi teknologi PsPSP adalah sikap petani, tingkat pendapatan petani, luas kebun kakao yang dikuasai petani dan keberadaan pembina.
3	Venu Varukolu	2007	Technology adoption of Indian garment manufacturing firms	<ul style="list-style-type: none"> -Variabel Dependen: Tingkat Adopsi Teknologi -Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> -ukuran perusahaan -Orientasi ekspor -Komitmen manajemen puncak -Biaya modal 	Hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan orientasi ekspor berpengaruh negatif terhadap tingkat adopsi teknologi suatu perusahaan. Pengaruh keunggulan kompetitif cukup signifikan. Di sisi lain, hasilnya menunjukkan bahwa komitmen manajemen puncak, biaya modal, dan keterampilan teknis tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi teknologi.

				-Keterampilan teknis -Keunggulan kompetitif	
4	Erna Rachmawati dan Endah Djuwendah	2008	Tingkat Penerapan Teknologi Produksi Kedelai di Kecamatan Conggeang dan Buah Dua Kabupaten Sumedang.	-Variabel Dependen: Teknologi Produksi -Variabel Independen : faktor internal (umur, pendidikan, pengalaman berusaha tani), faktor eksternal (luas lahan,status kepemilikan lahan, modal, intensitas penyuluhan,sarana produksi, dan harga jual),produktifitas dan pendapatan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penerapan pada teknologi produksi kedelai merupakan kategori dengan tingkat sedang. Komponen teknologi yang paling rendah tingkat penerapannya adalah tata guna air dan yang tertinggi tingkat penerapannya adalah kegiatan panen dan pasca panen. Kemudian faktor internal yang mempengaruhi petani dalam menerapkan teknologi produksi kedelai yakni umur, pendidikan dan pengalaman berusaha tani. Sementara yang merupakan faktor eksternal adalah luas lahan, status kepemilikan lahan, besarnya modal, intensitas penyuluhan, ketersediaan sarana produksi, dan harga jual. Untuk penerapan teknologi produksi kedelai berhubungan positif dengan produktivitas serta pendapatan.
5	Haesun Park-Poaps dan Venu	2008	Technology adoption by apparel manufacturers in Tirupur town, India	-Variabel Dependen : Tingkat Adopsi Teknologi -Variabel Independen : Ukuran perusahaan, orientasi ekspor,	Hasil menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perusahaan dan orientasi ekspor berpengaruh negatif. Hal lain berkaitan dengan keunggulan kompetitif. Adopsi teknologi juga berhubungan dengan meningkatnya perdagangan kompetisi.

				keunggulan kompetitif, kompetisi perdagangan.	
6	Widya Lestari, Syafril Hadi dan Nahri Idris	2009	Tingkat Adopsi Inovasi Peternak dalam Beternak Ayam Boiler di Kecamatan Bajubang Kabupaten Batang Hari.	Variabel Dependen: Adopsi Inovasi Variabel Independen : umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, jumlah pemilikan ternak, pengalaman beternak dan pendapatan beternak.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel umur berpengaruh negatif terhadap adopsi inovasi beternak ayam boiler, dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi umur berternak maka akan semakin rendah tingkat adopsi inovasinya. Sedangkan variabel tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, jumlah pemilik ternak, pengalaman beternak dan pendapatan beternak tidak berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi beternak ayam boiler. Dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi adopsi inovasi beternak ayam boiler adalah umur peternak.
7	Desy Rosita Rahmawati, Lenny Widjyanthi dan Sugeng Raharto	2010	Tingkat Adopsi Teknologi Program Prima Tani dan Penguatan Kelembagaan dengan PT Tri Sari Usaha Tani	-Variabel Dependen: Tingkat Adopsi Teknologi -Variabel Independen : pendidikan, pengalaman, luas lahan, umur dan pendapatan	Hasil menunjukkan bahwa faktor yang berkorelasi terhadap tingkat adopsi teknologi padi hibrida adirasa I adalah pendidikan, pengalaman dan luas tanah. Sedangkan faktor yang tidak berkorelasi adalah umur dan pendapatan. Kemudian pada tingkat adopsi padi hibrida adirasa I berada pada tingkat yang sedang.

8	Lena Ellitan	2010	Adopsi Teknologi dan Fleksibilitas Manufaktur : Peran Sumber Daya Sebagai Moderator.	-Variabel Dependen : Fleksibilitas (produk,proses,volume) -Variabel Independen : -Teknologi (teknologi keras dan teknologi lunak) -Sumber daya (manusia : tenaga ahli dan operasional, alam :bahan baku dan material)	Hasil menunjukkan bahwa Studi ini menunjukkan bahwa kedua-duanya <i>hard</i> dan <i>soft technologies</i> berperan penting dalam meningkatkan fleksibilitas. Peran <i>soft technology</i> lebih besar daripada peran <i>hard technology</i> dalam meningkatkan sebuah fleksibilitas manufaktur. Oleh karena itu, industri manufaktur di Indonesia seharusnya mengadopsi <i>hard</i> dan <i>soft technologies</i> secara seimbang dengan tingkat yang menghasilkan kinerja secara optimal. Penelitian ini mengimplikasikan bahwasanya dampak teknologi terhadap fleksibilitas akan tercipta apabila sumber daya yang tersedia bisa mendukung oleh implementasi suatu teknologi.
9	Muhammad Sumarno	2010	Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi Pengusaha Sentra Industri Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan Kabupaten Bantul	-Variabel Dependen: Tingkat Produksi Inovasi -Variabel Independen : Intensitas Informasi Inovasi Teknologi, Modal Usaha, Kewirausahaan, Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi, Tingkat Pendidikan	Intensitas informasi inovasi, modal usaha dan tingkat kewirausahaan pengusaha SIKKGGK berpengaruh pada tingkat adopsi inovasi teknologi.

10	Komaryati, Adi Suyatno	2012	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Adopsi Teknologi Budidaya Pisang Kepok di Desa Sungai Kuyit Laut Kecamatan Sungai Kuyit Kabupaten Pontianak	-Variabel Dependen: Tingkat Adopsi Teknologi -Variabel Independen: Umur, Pendidikan, Modal, Pendapatan dan Penyuluhan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat adopsi teknologi budidaya pisang kepok pada petani termasuk tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap tingkat adopsi teknologi budidaya pisang oleh petani secara signifikan adalah umur, pendidikan, modal, pendapatan dan penyuluhan.
11	Rizki Aditya Rozandy, Imam Santoso, Shintya Atica Putri	2013	Analisis Variabel-variabel Yang Mempengaruhi Tingkat Adopsi Teknologi Dengan Metode Partial Least Square	-Variabel Dependen: Tingkat Adopsi Teknologi -Variabel Independen: Struktur Permodalan, Keunggulan Kompetitif, Kompetensi SDM	Variabel yang mempengaruhi tingkat adopsi teknologi pada Industri Kecil Menengah Tahu Desa Sendang adalah kompetensi SDM, Struktur Permodalan, Orientasi pasar dan Keunggulan kompetitif dengan nilai masing-masing variabel sebesar 0,477; 0,356; 0,148; dan 0,016 dengan nilai R^2 sebesar 0,866.
12	Lieli Suharti, Like Sugiono, Yenny Puwati	2013	Model Adopsi Inovasi Teknologi Pada UMK Tempe : Studi Pada Pengrajin Tempe Anggota	-Variabel Dependen: Tingkat Adopsi Teknologi -Variabel Independen:	Aspek teknologi, organisasi dan lingkungan memiliki unsur-unsur yang dapat menjadi faktor pendorong bagi produsen tempe untuk mengadopsi teknologi produksi baru. Sedangkan SDM dapat menjadi faktor penghambat dalam mengadopsi teknologi.

			KOPTI di Kotamadya Salatiga dan Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah	Aspek SDM, Organisasi, Teknologi dan Lingkungan.	
13	Fitriana Suciani, Marina Sulistyati, Syahirul Alim	2013	Hubungan antara Faktor Internal dan Faktor Eksternal dengan Tingkat Adopsi Teknologi Biogas Pada Peternak Sapi Perah	-Variabel Dependen : Adopsi Teknologi -Variabel Independen : internal (pendidikan formal, pendapatan, jumlah ternah), eksternal (agen penyuluhan, dukungan kelembagaan)	Hasil menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi biogas pada kelompok peternak Warga Saluyu termasuk memiliki kategori yang tinggi. Kemudian terdapat hubungan positif dan berpengaruh antara faktor internal dengan tingkat adopsi teknologi biogas dengan nilai R_s sebesar 0,555 dan faktor eksternal tidak berpengaruh dengan tingkat adopsi teknologi biogas.

Pada penelitian Herman, M.Parulian Hutagaol menjelaskan bahwa serangan PBK di Sulawesi Barat menurunkan produktivitas rata-rata mencapai 50% dengan kisaran 10% hingga 90%. Besarnya penurunan produksi tersebut disebabkan oleh belum adanya kebersamaan petani dalam melakukan pengendalian hama PBK dan lambatnya proses adopsi teknologi pengendalian hama PBK. Faktor yang berpengaruh terhadap pengetahuan petani adalah keberadaan sekolah lapang (SL-PHT), tingkat pendapatan petani dan kesederhanaan teknologi. Faktor yang berpengaruh terhadap sikap petani adalah pengetahuan petani, luas kebun kakao, keberadaan kelompok tani dan jumlah anggota keluarga. Faktor yang berpengaruh terhadap tindakan petani untuk mengadopsi teknologi PsPSP adalah sikap petani, tingkat pendapatan petani, luas kebun kakao yang dikuasai petani dan keberadaan pembina.

Pada penelitian Venu Varukolu dengan menggunakan analisis regresi berganda (MRA) untuk menguji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan orientasi ekspor berpengaruh negatif terhadap tingkat adopsi teknologi suatu perusahaan. Pengaruh keunggulan kompetitif cukup signifikan. Di sisi lain, hasilnya menunjukkan bahwa komitmen manajemen puncak, biaya modal, dan keterampilan teknis tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi teknologi.

Pada penelitian Komaryati dan Adi Suyatno, bahwasanya secara keseluruhan tingkat adopsi teknologi budidaya pisang kepok pada petani

termasuk tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat adopsi teknologi budidaya pisang adalah umur, pendidikan, modal, pendapatan dan penyuluhan.

Menurut penelitian Rozandi, Santoso dan Putri variabel dalam permodelan yang mempengaruhi tingkat adopsi teknologi pada Industri Kecil Menengah Tahu desa Sendang adalah kompetensi SDM, struktur permodalan, orientasi pasar dan keunggulan kompetitif dengan nilai pada masing-masing variabel yakni sebesar 0,477, 0,356, 0,148, dan 0,016 dengan nilai R^2 sebesar 0,866. Sedangkan *Level of use* dari penggunaan adopsi teknologi pada Industri Kecil Menengah Tahu desa Sendang terdiri dari 56% Industri Kecil Menengah pada level *routine*, 20% Industri Kecil Menengah ada level *mechanical use*, 9% Industri Kecil Menengah pada level *orientation*, 7% Industri Kecil Menengah berada pada level *refinement*, 6% Industri Kecil Menengah pada level *non-use*, 2% Industri Kecil Menengah berada di level *integration* dan 0% Industri Kecil Menengah pada level *preparation* dan *renwal*.

Selanjutnya menurut penelitian Sumarno intensitas informasi inovasi, modal usaha dan tingkat kewirausahaan yang dimiliki perusahaan Sentra Industri Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan berpengaruh terhadap tingkat adopsi inovasi teknologi. Tingkat adopsi inovasi teknologi berpengaruh pada tingkat produksi inovasi, dengan koefisien efek 0,752. Intensitas informasi inovasi mempunyai koefisien efek terbesar yakni sebesar 0,504, modal usaha sebesar 0,352 dan kewirausahaan sebesar 0,263

terhadap inovasi teknologi pendidikan memiliki korelasi 0,435 dengan inovasi teknologi.

Menurut penelitian dari Lilie Suharti, Sugiono dan Purwanti mengemukakan bahwa dari ketiga aspek yang diteliti baik dari aspek teknologi, organisasi maupun lingkungan memiliki unsur-unsur yang dapat menjadi faktor pendorong produsen tempa untuk mengadopsi teknologi produksi baru. SDM merupakan faktor penghambat dalam penelitian ini.

Pada penelitian Haesun Park-Poaps menunjukkan bahwa Tingkat adopsi teknologi perusahaan ditemukan secara signifikan dan positif berhubungan dengan ukuran perusahaan dan orientasi ekspor negatif. Itu juga cukup berkaitan dengan keunggulan kompetitif. Adopsi teknologi berhubungan dengan meningkatnya perdagangan kompetisi. Hubungan antara orientasi ekspor, harga kompetisi, dan adopsi teknologi harus dipelajari lebih lanjut.

Pada penelitian J.Y.L.Thong C.S.Yap menunjukkan bahwa meskipun ukuran bisnis, CEO (inovasi, sikap adopsi dan pengetahuan) karakteristik merupakan faktor penting yang mempengaruhi pengangkatan dalam usaha kecil. Usaha kecil lebih mungkin untuk mengadopsi itu ketika CEO lebih inovatif, memiliki sikap positif terhadap adopsi itu, dan memiliki pengetahuan itu yang lebih besar.

Menurut penelitian Desy Rosita Rahmawati dkk yakni hasil menunjukkan bahwa faktor yang berkorelasi terhadap tingkat adopsi

teknologi padi hibrida adirasa I adalah pendidikan, pengalaman dan luas tanah. Sedangkan faktor yang tidak berkorelasi adalah umur dan pendapatan. Kemudian pada tingkat adopsi padi hibrida adirasa I berada pada tingkat yang sedang. Sifat inovasi yang berkorelasi terhadap tingkat adopsi pada padi hibrida adirasa I adalah keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, observabilitas dan triabilitas.

Pada penelitian Lena Ellitan hasil yang diperoleh adalah Hasil menunjukkan bahwa Studi ini menunjukkan bahwa kedua-duanya *hard* dan *soft technologies* berperan penting dalam meningkatkan fleksibilitas. Peran *soft technology* lebih besar daripada peran *hard technology* dalam meningkatkan sebuah fleksibilitas manufaktur. Oleh karena itu, industri manufaktur di Indonesia mengadopsi *hard* dan *soft technologies* secara seimbang dengan tingkat yang menghasilkan kinerja secara optimal. Penelitian ini mengimplikasikan bahwa dampak teknologi terhadap fleksibilitas akan terjadi apabila sumber daya yang tersedia dapat didukung oleh implementasi suatu teknologi.

Pada penelitian Fitriana Suciani dkk hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi biogas pada kelompok peternak Warga Saluyu termasuk kedalam kategori yang tinggi. Kemudian terdapat hubungan positif dan berpengaruh antara faktor internal dengan tingkat adopsi teknologi biogas dengan nilai R_s sebesar 0,555 dan faktor eksternal tidak berpengaruh dengan tingkat adopsi teknologi biogas.

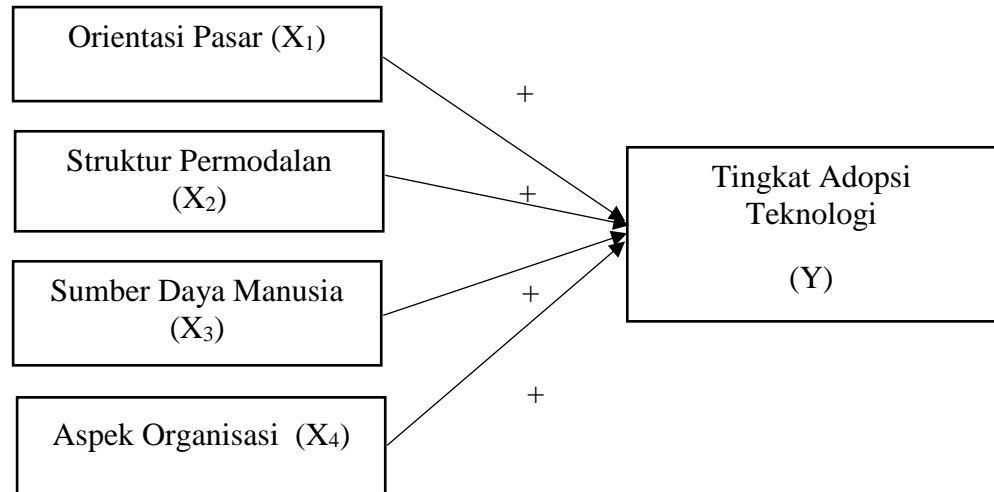
Pada penelitian Erna Rachmawati dan Endah Djuwendah dkk hasil yang di peroleh dalam penelitiannya adalah Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penerapan pada teknologi produksi kedelai merupakan kategori dengan tingkat sedang. Komponen teknologi yang paling rendah tingkat penerapannya adalah tata guna air dan teknologi yang tertinggi tingkat penerapannya adalah kegiatan panen dan pasca panen. Kemudian faktor internal yang mempengaruhi petani dalam menerapkan teknologi produksi kedelai yakni umur, pendidikan dan pengalaman berusaha tani. Sementara yang merupakan faktor eksternal adalah luas lahan, status kepemilikan lahan, besarnya modal, intensitas penyuluhan, ketersediaan sarana produksi, dan harga jual. Untuk penerapan teknologi produksi kedelai berhubungan positif dengan produktivitas serta pendapatan.

Pada penelitian Widya Lestari dkk menunjukkan bahwa variabel umur berpengaruh negatif terhadap adopsi inovasi beternak ayam boiler, dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi umur beternak maka akan semakin rendah tingkat adopsi inovasinya. Sedangkan variabel tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, jumlah pemilik ternak, pengalaman beternak dan pendapatan beternak tidak berpengaruh nyata terhadap tingkat adopsi inovasi beternak ayam boiler. Dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi adopsi inovasi beternak ayam boiler adalah umur peternakan.

C. Hipotesis Penelitian

1. Diduga variabel orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi teknologi pada sentra industri.
2. Diduga variabel struktur permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi teknologi pada sentra industri tenun.
3. Diduga variabel sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi teknologi pada sentra industri tenun.
4. Diduga variabel aspek organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi teknologi pada sentra industri tenun.

D. Kerangka Pemikiran



Sumber : Jurnal Rizki Aditya Rozandi dan variabel dimodifikasi.

Gambar 2. 1
Kerangka Pikir Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel apa sajakah yang mempengaruhi tingkat adopsi teknologi pada sentra industri tenun. Studi kasus dalam penelitian ini adalah Desa Sumber Arum dan Desa Sumber Rahayu Kecamatan Moyudan Kabupaten Sleman. Untuk mengetahui informasi mengenai kerangka pikir penelitian dapat di lihat pada Gambar 2.1.

Pada gambar 2.1 diatas peneliti ingin meneliti apakah orientasi pasar, struktur permodalan, sumber daya manusia dan aspek organisasi berpengaruh terhadap tingkat adopsi teknologi. Untuk pengujian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari pengisian kuesioner oleh pengrajin tenun di Desa Sumber Arum dan Desa Sumber Rahayu Kecamatan Moyudan

Kabupaten Sleman. Metode pengambilan data pada kuesioner menggunakan skala *likert*.