

## Hubungan Nilai-Nilai Pribadi Pengusaha, Strategi Bisnis terhadap Kinerja Pengrajin Sasirangan di Banjarmasin

Dwi Wahyu Artiningsih  
STIE Indonesia Banjarmasin

***Abstract:** The maker of Sasirangan has an important role in the growth of economy in that we are interested in conducting further study to compare those producers who have entrepreneurship quality compared to those conservatives. The second purpose of the research is to identify the performance differences between those who are proactive in implementing their business strategy and those who are reactive. The research involves 35 respondents, by using census sampling techniques and data are analyzed by using cluster analysis and different test by using ANOVA. Base on the result, the producers who are proactive shows better performance than those conservatives who are only implementing reactive strategy. The implication of this research is that Sasirangan makers need to have entrepreneurship spirit and be more creative in designing the pattern and color as well as implementing appropriate strategy.*

***Keywords:** Business Strategy and Performance*

Globalisasi ekonomi memaksa seluruh perusahaan tanpa terkecuali untuk terlibat langsung dan mempersiapkan diri pada perdagangan bebas, yang ditandai oleh semakin ketatnya tingkat persaingan. Kondisi ini juga mengharuskan perusahaan untuk mencari paradigma baru dan menerapkan strategi baru.

Pada banyak negara berkembang termasuk Indonesia, sektor perusahaan kecil merupakan penyerap tenaga kerja yang utama dan merupakan sumber pendapatan rakyat. Oleh karena itu, diakui atau tidak sebenarnya tingkat ketergantungan ekonomi pada perusahaan kecil dan menengah telah meningkat pada tahun-tahun belakangan ini, seiring dengan dampak terjadinya krisis ekonomi, akibat banyaknya pengurangan tenaga kerja pada perusahaan-perusahaan besar, baik itu Badan Umum Milik Negara maupun Badan Usaha Milik Swasta. Konglomerasi usaha yang selama ini diandalkan sebagai tulang punggung pertumbuhan ekonomi nasional terlihat rapuh dan tidak berdaya dalam menghadapi krisis ekonomi.

Peran usaha kecil tentunya bisa dijadikan pertimbangan pemerintah untuk membuat program-program bantuan bagi perusahaan kecil. Misalnya dengan memberikan pinjaman dengan bunga di bawah bunga bank atau bahkan tanpa bunga atau menyediakan informasi-informasi pemasaran melalui kelompok-kelompok yang telah dibentuk, memberikan pembinaan administrasi dan manajemen. Efektivitas program bantuan yang diberikan pemerintah juga sangat tergantung dari pemahaman pemilik/manajer bagaimana perusahaan tersebut dijalankan.

Tekad pemerintah RI dalam membina perusahaan kecil seperti dirumuskan dalam pasal 14 UU No.9/1995 disebutkan: "Pemerintah, Dunia Usaha, Masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha dalam bidang : produksi, pemasaran, sumber daya manusia dan teknologi".

Satu hal yang harus digaris bawahi adalah keberhasilan usaha kecil sangat tergantung dari nilai pribadi pemilik (Meredith, 1997). Berkaitan dengan nilai pribadi ini dikemukakan bahwa pemilik yang berhasil diidentifikasi dengan suatu tipe nilai pribadi yang berkenaan dengan kewirausahaan yang menempatkan nilai-nilai yang tinggi tentang ambisi, kemampuan, tanggung jawab, kerja keras, kompetensi, kejujuran, kreatifitas, serta pengakuan sosial. Dan satu sisi lain

---

### Alamat Korespondensi:

Dwi Wahyu Artiningsih adalah Dosen STIE Indonesia Banjarmasin Jl. Brigjen Hasan Basry No. 9-11 Banjarmasin E-mail: dwina\_stiki@yahoo.co.id

yang berlawanan adalah apa yang disebut dengan konservatif yang mempunyai kadar rendah pada nilai-nilai diatas. Untuk meninjau secara lebih jauh adanya hubungan antara nilai pribadi pimpinan, strategi-strategi yang digunakan dalam menjalankan bisnis dengan kinerja perusahaan maka perlu dilakukan suatu penelitian pada industri kecil dengan wilayah sampel pada industri pengrajin Sasirangan di Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

Kerajinan Sasirangan merupakan kerajinan tradisional hasil kebudayaan masyarakat Kalimantan Selatan yang diwariskan secara turun temurun. Sasirangan adalah sejenis kain yang diberi gambar dengan corak dan warna tertentu yang sudah dipolakan secara tradisional sesuai cita rasa budaya khas etnis Banjar yang perlu dilestarikan. Masuknya pengaruh budaya luar (asing), ikut mempengaruhi turun naiknya kepopuleritasan kerajinan Sasirangan. Menghadapi globalisasi, pengrajin sasirangan dituntut berpikir lebih kreatif dalam menjalankan bisnisnya, sehingga tidak terjadi ketertinggalan Sasirangan dengan tren mode di kalangan masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut perlu ditinjau lebih jauh hubungan antara nilai pribadi manajer, strategi-strategi yang digunakan dalam menjalankan bisnis dengan kinerja pengrajin Sasirangan di Banjarmasin.

### Kajian Empirik

Salah satu kajian empirik mengenai adanya hubungan antara nilai pribadi pengusaha, strategi bisnis dan kinerja perusahaan pernah dilakukan oleh Bernice dan Meredith (1997). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel pada industri kecil perabot rumah tangga di *New South Wales*, Australia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pribadi, strategi dan kinerja pengusaha secara empiris berkaitan. Para pelaku bisnis yang mempunyai kinerja tinggi adalah proaktif dalam orientasi strategi dan menunjukkan nilai pribadi kewirausahaan. Sebaliknya, pelaku bisnis yang mempunyai kinerja rendah adalah yang menerapkan strategi reaktif serta menunjukkan nilai pribadi yang konservatif.

### Kajian Teoritik Industri Kecil

Menurut Departemen Perindustrian pengertian industri adalah rangkaian kegiatan dan ekonomi yang

meliputi pengolahan, pengerjaan, pengubahan, perbaikan bahan baku atau barang setengah jadi menjadi barang yang berguna dan lebih bermanfaat untuk pemakaian dan usaha jasa yang menunjang kegiatan tersebut.

Pengertian industri kecil menurut Biro Pusat Statistik adalah suatu industri yang mempunyai tenaga kerja 5 (lima) sampai dengan 19 (sembilan belas) orang tenaga kerja yang terdiri dari pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik dan pekerja keluarga yang tidak dibayar. Dalam usaha pencapaian tujuan pembangunan industri, sub sektor industri kecil dan kerajinan rakyat diharapkan mempunyai peran strategis, yaitu sebagai penggerak utama peningkatan laju pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja dan pembaruan tata nilai masyarakat (Raharjo, 1990).

Pentingnya industri kecil merupakan bagian dari keseluruhan industri nasional tidak hanya sebagai suatu pemerataan pembangunan akan tetapi juga sebagai suatu yang telah mendapatkan tempat yang mantap dalam struktur sosial, karena :

- Banyak menyerap tenaga kerja
- Ikut menyelaraskan peredaran perekonomian negara dan mampu hidup berdampingan dengan perusahaan besar.
- Industri kecil dapat memegang peranan penting dan menopang usaha besar
- Dapat menyediakan bahan mentah, suku cadang, pembungkus, bahan pembantu dan sebagainya.
- Usaha kecil dapat berfungsi sebagai ujung tombak bagi usaha besar dengan menyalurkan dan menjual hasil usaha besar kepada konsumen akhir

Industri kecil dalam perkembangannya membawa misi pemerataan yaitu dengan pemanfaatan potensi ekonomi terbatas. Dalam rangka menunjang pembangunan daerah, maka pembangunan industri kecil disebarluaskan ke seluruh wilayah melalui penetapan pusat-pusat pertumbuhan industri kecil, seperti sentra industri, lingkungan industri dan lain-lain.

Dengan adanya pusat-pusat pertumbuhan industri ini diharapkan hasil produksi dari para pengrajin dapat lebih meningkat yang disertai dengan peningkatan dari kualitas produksi sehingga menjadi suatu hasil produksi dengan daya jual yang tinggi.

### Pengusaha/Pengrajin Industri Kecil

Dewasa ini belum ada definisi baku yang mengatur batasan industri kecil. Setiap lembaga/instansi membuat definisi sendiri-sendiri dengan dasar dan tujuan yang berbeda, sehingga muncul bermacam-macam istilah, seperti usaha kecil, industri kecil, usaha informal, industri rumah tangga atau usaha sub sistem.

Batasan yang dipakai dalam penelitian ini adalah batasan yang dikemukakan oleh Biro Pusat Statistik (BPS, mengenai ukuran industri dilihat dari jumlah tenaga kerja). Menurut UU No. 9 tahun 1995, bahwa usaha kecil diantaranya mempunyai kriteria: memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp1 milyar, dimiliki warga negara Indonesia, berdiri sendiri, berbentuk usaha orang per orang, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau berbadan hukum termasuk koperasi.

Usaha kecil, menengah dan koperasi beroperasi dalam suatu sistem manajemen bisnis. Operasi usaha mereka membutuhkan input faktor yang terdiri dari bahan mentah, tenaga kerja, modal dan *entrepreneur*. Bahan mentah industri kecil diperoleh dari daerah yang tidak jauh dari tempat berproduksi, begitu pula tenaga kerja yang dibutuhkan datang dari daerah di sekitar perusahaan. Modal yang dimiliki terbatas dan bisa digunakan untuk kebutuhan produksi, sedangkan *entrepreneur* mereka cukup tinggi karena pengalaman berbisnis telah menempa mereka untuk siap menjadi wirausaha yang tangguh.

### Kinerja

Kinerja merupakan sarana penentu dalam suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi, dengan demikian kinerja harus merupakan sesuatu yang dapat diukur berdasarkan ukuran tertentu dan dalam kesatuan waktu (Swasto, 1996). Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya sering disamakan dengan kinerjanya. Kinerja (*performance*) menunjukkan suatu tingkat hasil kerja karena telah melakukan suatu aktifitas atau usaha. Didalam mengukur suatu kinerja, masing-masing bidang memakai tolok ukur yang tidak sama dan strategi yang berbeda-beda.

Bernice dan Meredith, secara lebih jelas menyebutkan bahwa pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan melihat sejauh mana pencapaian tujuan dari industri bersangkutan, sehingga hal ini kemudian dijadikan indikator dalam pengukuran kinerja disesuaikan juga dengan situasi dan kondisi yang ada.

### Strategi Bisnis

Penerapan strategi dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan dapat berupa kinerja ekonomis (kinerja keuangan) dan dapat pula berupa kinerja strategis. Tujuan ekonomis seperti profit, penjualan dan biaya sedangkan tujuan strategis seperti perluasan pasar, tanggapan persaingan atau peningkatan kesadaran terhadap produk/perusahaan.

Banyak peneliti telah menghubungkan strategi-strategi bisnis dengan kinerja, membedakan antara strategi-strategi yang berhubungan dengan kinerja yang tinggi dan rendah. Strategi-strategi yang dilakukan oleh perusahaan yang mempunyai kinerja tinggi diidentifikasi dengan kegiatan-kegiatan yang pada umumnya mengarahkan pada keberhasilan dalam industri. Kegiatan-kegiatan yang dihubungkan dengan pelaksanaan strategi tinggi juga mencakup penekanan pada pelayanan dan dukungan pelanggan, periklanan yang ekstensif dan penggunaan tentang finansial eksternal.

Perusahaan-perusahaan yang mempunyai kinerja dibawah rata-rata cenderung mengikuti yang lainnya didalam industri dan hanya akan memberikan reaksi terhadap peristiwa-peristiwa di lingkungan mereka. Perusahaan seperti itu dikarakteristikkan dengan strategi yang menekankan pada penghindaran resiko dan meliputi sedikit inovasi. Ini seringkali diartikan dengan strategi reaktif karena mereka dicirikan dengan reaksi-reaksi terhadap peristiwa-peristiwa bukan dengan pengambilan inisiatif. Strategi-strategi dari perusahaan yang berkinerja rendah meliputi penurunan dari perusahaan-perusahaan yang lebih sukses di dalam industri, tetapi biasanya segera jatuh.

Tiga faktor dasar yang mempengaruhi pilihan strategi adalah manajemen, lingkungan dan sumber-sumber internal perusahaan (Thompson dan Strickland, 1993).

## Nilai-nilai Pribadi, Strategi Bisnis dan Kinerja Perusahaan

Bernice dan Meredith, mendefinisikan nilai-nilai pribadi sebagai cita-cita yang dipelihara dalam semua keadaan. Nilai-nilai pribadi tersebut timbul dari pengalaman dalam kehidupan dan membimbing hasil-hasil yang berkenaan dengan perilaku. Nilai-nilai pribadi melibatkan kesadaran akan diri sendiri dan secara disadari mempengaruhi pilihan-pilihan dan perilaku. Pengusaha yang berhasil telah diidentifikasi dengan suatu tipe nilai pribadi yang berkenaan dengan kewirausahaan, selanjutnya mereka menyebutkan bahwa kewirausahaan menempatkan nilai-nilai yang tinggi terhadap ambisi, kemampuan, inovatif dan kerja keras.

Pengusaha yang mempunyai kinerja di atas rata-rata cenderung menilai ambisi dan prestasi lebih dari mereka yang mempunyai kinerja di bawah rata-rata. Prestasi (*achievement*) menunjukkan perbandingan dengan orang lain dalam bentuk kompetisi. Prestasi diperoleh melalui pengakuan sosial yang pada gilirannya akan mendapatkan kekuasaan.

Dengan demikian pengusaha yang mempunyai kinerja di atas rata-rata menempatkan prestasi sangat tinggi, dan pengakuan sosial. Sebaliknya pengusaha yang mempunyai kinerja di bawah rata-rata cenderung untuk menempatkan penekanan yang lebih rendah pada nilai-nilai tersebut.

### Konseptual Penelitian

Dalam mengoperasikan perusahaan mencakup beberapa hubungan, seperti dengan pelanggan, penyedia, karyawan, perbankan, para pesaing dan lain-lain. Pemeliharaan hubungan tersebut sangat penting bagi kelangsungan dan kinerja perusahaan. Pengrajin yang menginginkan kinerja di atas rata-rata cenderung memberikan penekanan yang lebih besar tentang nilai-nilai yang erat hubungannya dengan pembentukan hubungan-hubungan yang krusial terhadap kinerja bisnis mereka.

Kegiatan-kegiatan yang dihubungkan dengan kinerja di atas rata-rata memerlukan kerja keras. Kerja keras pada gilirannya memerlukan energi. Pengusaha yang mempunyai kinerja di atas rata-rata dan menggunakan strategi-strategi proaktif akan menempatkan nilai-nilai lebih besar dan vitalitas pribadi serta kesehatan pengusaha.

Hubungan antara nilai-nilai pribadi pengrajin, strategi bisnis serta kinerja perusahaan, dapat digambarkan sebagaimana Gambar 1.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat observasional, di mana tidak ada intervensi peneliti terhadap obyek penelitian. Survey akan dilakukan pada pemilik sekaligus sebagai pengrajin Sasirangan di Banjarmasin.

### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian keseluruhan pengrajin Sasirangan yang ada di Banjarmasin berjumlah 35 pengrajin. Dari jumlah populasi tersebut, semua digunakan untuk proses analisis lebih lanjut atau sebagai sampel dalam penelitian ini.

### Definisi Operasional

Penjelasan secara rinci definisi operasional variabel penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Nilai pribadi pengusaha/pengrajin: adalah nilai-nilai yang timbul dari pengalaman seseorang, dalam hal ini pengrajin Sasirangan selama hidupnya sehingga akan mempengaruhi keputusan-keputusan dan perilakunya dalam mencapai tujuan.
  - Keberanian mengambil risiko ( $X_1$ ) adalah keberanian pengrajin dalam mengambil langkah-langkah bagi pengembangan usahanya dengan perhitungan yang tepat.
  - Kemampuan ( $X_2$ ) adalah kecakapan yang dimiliki oleh pengrajin dalam mencapai tujuannya dengan segala upayanya.
  - Inovatif ( $X_3$ ) adalah tanggapan pengrajin berkaitan dengan pentingnya dilakukan inovasi dalam rangka penyempurnaan maupun untuk menghasilkan produk-produk yang lebih baik.
  - Kerja keras ( $X_4$ ) adalah tindakan yang dilakukan pengrajin dengan mengerahkan segala kekuatan yang dimiliki untuk mencapai tujuan
- Strategi Bisnis, adalah berbagai cara yang dilakukan oleh perusahaan yang kemungkinan diterapkan oleh pengrajin sasirangan dalam upaya mencapai tujuannya.

- Produk ( $X_5$ ) adalah barang yang diproduksi oleh pengrajin
- Harga produk yang ditawarkan pesaing ( $X_6$ ) adalah respon dari pengrajin Sasirangan yang berkaitan dengan tingkat harga yang ditawarkan oleh pesaing di pasaran.
- Menekankan pelayanan pada pelanggan ( $X_7$ ) adalah tindakan pengrajin dalam memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya untuk memelihara hubungan dengan pelanggan.
- Kinerja adalah suatu ukuran yang erat kaitannya dengan tingkat perkembangan perusahaan dalam mencapai tujuan organisasi.
  - Kinerja Perusahaan ( $Y$ ) adalah hasil yang telah dicapai perusahaan di mana hal tersebut merupakan sarana penentu dalam suatu proses untuk mencapai tujuan perusahaan.

### Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis Cluster dan ANOVA. Analisis Cluster digunakan untuk mengelompokkan individu atau obyek kedalam kelompok dimana obyek di dalam kelompok mempunyai kesamaan. Cluster didasarkan baik pada nilai pribadi pengrajin serta pada strategi bisnis yang diterapkan. Sedangkan ANOVA digunakan apakah terdapat perbedaan kinerja kelompok pengrajin yang memiliki nilai pribadi kewirausahaan dengan kelompok pengrajin yang memiliki nilai pribadi konservatif, serta apakah terdapat perbedaan kinerja di antara kelompok pengrajin yang menerapkan strategi proaktif dengan kelompok pengrajin yang menerapkan strategi reaktif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Proses Cluster

Hasil proses cluster terjadi dua cluster, cluster 1 berjumlah 14 responden adalah Reaktif dan cluster 2 berjumlah 21 responden adalah Proaktif. Masing-masing kelompok mempunyai ciri yang berbeda satu dengan yang lain. Perbedaan terlihat pada variabel keberanian mengambil resiko ( $X_1$ ), kemampuan ( $X_2$ ), kerja keras ( $X_3$ ) dan inovatif ( $X_4$ ) memiliki mean yang lebih besar dibandingkan cluster 2. Hal ini mengindikasikan sebagai pengrajin yang memiliki keberanian dalam mengambil resiko, memiliki kemampuan yang

memadai serta giat dalam bekerja. Sebaliknya variabel produk ( $X_5$ ), harga produk yang ditawarkan pesaing ( $X_6$ ), pelayanan terhadap pelanggan ( $X_7$ ) pada kelompok/cluster 2 memiliki mean lebih besar dibandingkan kelompok/cluster 1. Hal ini mengindikasikan kelompok/cluster 2 menerapkan strategi lebih menekankan pada kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan, harga produk yang bersaing serta pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Sedangkan cluster 1 diidentifikasi sebagai kelompok pengrajin yang masih kurang dalam memperhatikan produk, harga yang masih relatif lebih tinggi dibandingkan pesaing serta pelayanan yang masih kurang terhadap pelanggan.

### Hasil Proses Anova

Anova adalah untuk mengetahui uji perbedaan kelompok pengrajin dengan nilai pribadi kewirausahaan yang dikombinasikan dengan strategi bisnis proaktif dibandingkan kelompok dengan nilai pribadi konservatif dengan menerapkan strategi bisnis reaktif.

Dari hasil uji perbedaan Kinerja Perusahaan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 1,438 dengan probabilitas 0,000, berarti tidak ada perbedaan yang nyata (identik) antara kelompok pengrajin yang memiliki nilai pribadi kewirausahaan dengan kelompok pengrajin yang memiliki nilai pribadi konservatif.

Hasil uji perbedaan Strategi Bisnis dari kedua kelompok pengrajin sasirangan di Banjarmasin diperoleh nilai probabilitas *Levene Test* adalah 0,390, hal ini berarti kedua sampel dari kedua kelompok pengrajin sasirangan didasarkan pada strategi bisnis yang digunakannya memiliki varians yang relatif sama. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar 2,194 dengan probabilitas 0,136. Berarti tidak ada perbedaan yang nyata (identik) antara kelompok pengrajin yang menggunakan strategi bisnis reaktif dengan kelompok pengrajin yang menggunakan strategi bisnis yang proaktif.

### Pembahasan

Pengrajin Sasirangan di Banjarmasin terbagi menjadi kelompok-kelompok (cluster). Dilihat dari nilai-nilai pribadinya, pengrajin Sasirangan terbagi atas dua cluster yaitu kelompok pengrajin dengan nilai pribadi kewirausahaan serta kelompok pengrajin dengan nilai konservatif. Dari strategi bisnis yang

mereka gunakan, pengrajin Sasirangan terbagi atas dua kelompok (*cluster*) yaitu kelompok pengrajin yang menerapkan strategi proaktif dan kelompok pengrajin yang menerapkan strategi reaktif.

Pengrajin dengan nilai pribadi kewirausahaan merupakan pengrajin sasirangan yang memiliki keberanian lebih besar dalam mengambil resiko, kemampuan yang memadai serta giat dalam bekerja. Kelompok pengrajin yang memiliki nilai pribadi entrepreneur mempunyai rata-rata lebih besar bila dibandingkan dengan kelompok pengrajin yang mempunyai nilai pribadi konservatif, juga diidentifikasi sebagai kelompok pengrajin yang mempunyai daya inovatif yang lebih tinggi.

Kinerja industri pengrajin Sasirangan di Banjarmasin relatif dipengaruhi oleh tingkat produktivitas, tingkat keuntungan yang diperoleh, biaya untuk memproduksi, tingkat keuntungan yang diperoleh, biaya untuk memproduksi rendah, serta penciptaan lapangan kerja yang luas. Di mana tingkat kinerja yang tinggi ditunjukkan dari tingkat produktivitas yang memadai, tingkat keuntungan perusahaan yang besar dalam jangka waktu satu periode, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi yang relatif rendah dalam jangka waktu satu periode serta semakin tinggi kinerja suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan membutuhkan tenaga kerja yang relatif cukup besar, sehingga hal tersebut dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar dan dapat mengurangi jumlah pengangguran.

### Impilikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bahwa pengrajin dengan nilai pribadi kewirausahaan serta menerapkan strategi proaktif memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan pengrajin dengan nilai pribadi konservatif serta menerapkan strategi reaktif. Juga dapat dikatakan bahwa kelompok pengrajin dengan nilai pribadi kewirausahaan relatif memiliki keberanian dalam mengambil resiko yang lebih tinggi, kemampuan yang tinggi serta lebih giat bekerja dalam menjalankan usaha bisnisnya.

Selain itu pengrajin Sasirangan diharapkan untuk lebih proaktif serta memperhatikan kondisi produk (*corak/warna*) yang dihasilkan dan juga memperhatikan persaingan yang terjadi di pasar dengan melihat harga yang ditawarkan oleh pesaing bisnis mereka.

Sedangkan pengrajin yang menerapkan strategi proaktif cenderung sangat memperhatikan pelayanan terhadap pelanggannya. Salah satu bentuk dari pelayanan pelanggan adalah dengan memperhatikan komplain maupun masukan dari konsumen untuk memperbaiki kualitas dari pelayanan mereka. Sehingga konsumen benar-benar merasa puas dan cenderung akan melakukan pembelian ulang serta secara tidak langsung memberikan informasi pada calon konsumen lain untuk melakukan pembelian di tempat pengrajin.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Kelompok pengrajin dengan nilai pribadi wirausaha yang menggunakan strategi proaktif memiliki kinerja yang lebih baik dari kelompok pengrajin dengan nilai pribadi konservatif yang menggunakan strategi reaktif.

Tidak ada perbedaan kinerja antara kelompok pengrajin Sasirangan dengan pribadi entrepreneur dan kelompok pengrajin Sasirangan dengan nilai pribadi konservatif, dan juga tidak terdapat perbedaan kinerja antara kelompok pengrajin Sasirangan yang menerapkan strategi proaktif dengan kelompok pengrajin Sasirangan yang menerapkan strategi reaktif.

Kelompok pengrajin dengan nilai pribadi kewirausahaan serta menerapkan strategi proaktif cenderung mempunyai tingkat produktivitas yang relatif tinggi, tingkat keuntungan yang relatif besar, biaya produksi yang dikeluarkan relatif rendah serta lebih banyak dalam menciptakan lapangan kerja, ebaliknya kelompok pengrajin dengan nilai pribadi konservatif dan menerapkan strategi reaktif cenderung memiliki produktivitas yang relatif rendah, tingkat keuntungan yang relatif kecil, biaya produksi yang dikeluarkan relatif tinggi serta tidak banyak menciptakan lapangan kerja.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi motivator bagi para pengrajin Sasirangan di Banjarmasin untuk selalu berupaya lebih inovatif terutama pada desain/

corak kain Sasirangan serta lebih meningkatkan kualitas desain, sehingga Sasirangan dapat mempertahankan salah satu produk unggulan Kalimantan Selatan dapat lebih eksis dan mempunyai daya tarik sendiri.

Para pengrajin di Banjarmasin diharapkan dapat memilih strategi bisnis yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada, selain itu juga diharapkan turut mempertimbangkan variabel produk, harga produk yang ditawarkan oleh pesaing dan pelayanan pada pelanggan maupun calon pembeli.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Anto, D. 1990. *Pengantar Metode Statistik*, Jilid II, Cetakan ke-13. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Arikunto, S. 1991. *Prosedur Penelitian: suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Azhari, S., Irzan. 1986. *Industri kecil: Sebuah Tinjauan dan Perbandingan*. Jakarta: LP3ES.
- Bernice, K., and G.G. Meredith. 1997. *Relationship among owner/Manager Personal Values, Business Strategies and Enterprise Performance*, Journal of Small Business Management, p 37-61.
- Dirjen ILMK. 1997. *Strategi Pengembangan Pasar dalam dan Luar Negeri Bagi Industri Kecil Logam, Mesin dan Kimia*, Prosiding Dialog dan Temu Usaha Bagi Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi, 12 Maret 1997, Jakarta.
- Huda, N. 2000. *Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal yang Berpengaruh terhadap Keberhasilan Industri Kecil: Studi Pada Industri Kecil Tas dan Koper di Tanggulangin Sidoarjo*, Tesis Program Pascasarjana Unibraw, Malang.
- Kuncoro, M. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Singarimbun, M., dan Sofian, E. 1989. *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Thompson, A.A.S. 1993. *Strategic Management, Concept and Cases*, Fifth Edition, Homewood, Illinois, Richard D. Irwin, Inc.
- Tjiptono, F., & Santoso, S. 2001. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Umar, H. 1997. *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.