



SURVEI POLA DISTRIBUSI PERDAGANGAN 2012

DISTRIBUSI PERDAGANGAN 8 KOMODITI DI INDONESIA



TAHUN 2012



BADAN PUSAT STATISTIK

KATA PENGANTAR

Publikasi “Distribusi Perdagangan 8 Komoditi di Indonesia Tahun 2012” merupakan publikasi lanjutan hasil kegiatan Survei Pola Distribusi Perdagangan di 33 Provinsi Tahun 2012. Pertimbangan pemilihan/penentuan komoditi yang diteliti didasarkan pada kontribusi output terbesar dalam pembentukan total output yang bersumber dari tabel *Input-Output (I-O)* 2005 dan bobot pada perhitungan inflasi. Dari 8 komoditi yang diteliti merupakan komoditi hasil industri pengolahan yaitu Mobil Baru, Mobil Bekas, Sepeda Motor Baru, Sepeda Motor Bekas, Pakaian Jadi Dewasa, Pakaian Jadi Anak, Kain Batik, dan Kain Tenun.

Publikasi ini memuat kajian ringkas hasil penelitian rantai distribusi 8 komoditi mulai tingkat produsen, pedagang besar, pedagang eceran sampai ke konsumen. Informasi yang disajikan dari 8 komoditi tersebut adalah, Peta Sentra Produksi, Pola Distribusi Perdagangan dan Margin Perdagangan dan Pengangkutan.

Semoga publikasi ini bermanfaat bagi pengguna data dalam menyusun perencanaan dan kebijakan, baik oleh pemerintah, dunia usaha dan pengguna lainnya. Disamping itu, publikasi ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan publikasi ini.

Jakarta, Oktober 2012

Direktur Statistik Distribusi dan Jasa



Satwiko Darmesto

<http://www.bps.go.id>

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
I. PENJELASAN UMUM	
A. Pendahuluan.....	1
1. Landasan Hukum.....	2
2. Tujuan.....	2
3. Cakupan Komoditi.....	3
4. Cakupan Wilayah	3
5. Jadwal Pelaksanaan.....	4
6. Dokumen (Kuesioner dan Buku Pedoman).....	5
7. Arus Dokumen.....	6
B. Organisasi Lapangan.....	6
1. Tugas dan Tanggung Jawab Pelaksana Survei.....	7
2. Petugas Pengawas/Pemeriksa (PMS).....	8
3. Petugas Pencacah (PCS).....	9

C.	Metodologi.....	10
1.	Ruang Lingkup.....	10
2.	Kerangka Sampel.....	10
3.	Jumlah Sampel	15
4.	Alokasi Sampel Per Komoditi Menurut Kabupaten/Kota	19
5.	Metode Pemilihan Sampel	19
6.	Metode Pengumpulan Data	20
II	ULASAN RINGKAS	
A.	Umum.....	23
B.	Komoditi Mobil	33
C.	Komoditi Sepeda Motor.....	45
D.	Komoditi Pakaian Dewasa.....	57
E.	Komoditi Pakaian Anak.....	67
F.	Komoditi Kain Batik.....	73
G.	Komoditi Kain Tenun.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel 1. Alokasi Sampel Survei Poldis Perdagangan 2012 Menurut Komoditi Dan Kabupaten/Kota Terpilih.....	91
Lampiran 2. Daftar VPDP12-PEDAGANG	95
Lampiran 3. Daftar VPDP12-PRODUSEN.....	100

<http://www.bps.go.id>

I. PENJELASAN UMUM

A. Pendahuluan

Pola distribusi perdagangan menggambarkan rantai distribusi suatu barang mulai dari produsen sampai konsumen. Rantai ini mempunyai peran penting dalam perekonomian masyarakat, karena selain merupakan penghubung antara produsen dengan konsumen juga dapat memberikan nilai tambah pada pelakunya. Rantai distribusi yang baik mampu menggerakkan suatu barang dari produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya dan mampu memberikan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat di dalamnya.

Pola distribusi barang kebutuhan masyarakat saat ini diduga masih bermasalah. Hal ini terlihat dari masih adanya perbedaan harga barang kebutuhan masyarakat, khususnya kebutuhan pokok antar wilayah yang masih relatif tinggi terutama pada waktu menjelang hari besar keagamaan. Selain itu ketersediaan barang kebutuhan yang tidak cukup pada saat dibutuhkan dan kurang tersedianya alternatif pilihan, rasa kepuasan yang belum merata antara produsen, lembaga-lembaga usaha perdagangan (dalam tataniaga) dan konsumen juga menjadi masalah dalam distribusi barang.

Untuk mengetahui di mana letak permasalahannya dipandang perlu untuk dilakukan Survei Pola Distribusi Perdagangan Beberapa Komoditi. Pada tahun 2012 Badan Pusat Statistik (BPS) mengadakan Survei Pola Distribusi (Survei Poldis) Perdagangan Beberapa Komoditi. Kegiatan ini sangat penting dilakukan karena hasilnya bisa digunakan sebagai upaya untuk mendapatkan gambaran pola distribusi perdagangan dalam negeri dan dapat dibangun sistem pola distribusi perdagangan yang lebih baik. Selain itu, dapat diperoleh margin perdagangan dan pengangkutan dari komoditi yang diteliti.

Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari survei serupa tahun 2012 yang dilaksanakan di 103 kabupaten/kota yang ada di 33 provinsi dengan 15 komoditi yang diteliti. Sedangkan pada Survei Poldis Perdagangan 2012 dilaksanakan di 159 kabupaten/kota yang ada di 33 provinsi dengan 8 jenis komoditi yang diteliti.

Hasil Survei Poldis Perdagangan 2012 di 33 provinsi diharapkan dapat memenuhi kebutuhan data tentang pola distribusi perdagangan untuk komoditi-komoditi terpilih dan sekaligus dapat digunakan sebagai acuan untuk pelaksanaan survei selanjutnya.

1. Landasan Hukum

Landasan hukum pelaksanaan Survei Poldis Perdagangan 2012 adalah:

- a. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik.
- b. Peraturan Pemerintah RI Nomor 51 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Statistik
- c. Peraturan Presiden RI Nomor 87 Tahun 2007 tentang Badan Pusat Statistik
- d. Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 7 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pusat Statistik.

2. Tujuan

Survei Poldis Perdagangan 2012 di 33 provinsi mempunyai tujuan, yaitu:

- a. Mendapatkan Pola Penjualan Produksi.
- b. Mendapatkan Pola Distribusi Perdagangan.
- c. Mendapatkan Peta Wilayah Penjualan Produksi.
- d. Mendapatkan Peta Wilayah Distribusi Perdagangan.
- e. Memperoleh data tentang margin perdagangan dan pengangkutan mulai tingkat pedagang besar sampai dengan pedagang eceran.

3. Cakupan Komoditi

Penentuan komoditi dalam survei ini adalah komoditi strategis, yaitu komoditi-komoditi yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Komoditi yang dalam Survei Biaya Hidup paling banyak dikonsumsi.
- b. Komoditi yang dalam pembentukan inflasi cukup berperan.
- c. Komoditi yang dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) mempunyai kontribusi cukup besar.
- d. Komoditi yang memiliki dampak cukup besar terhadap kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan 4 kriteria di atas, maka dipilih 8 jenis komoditi seperti pada Tabel berikut:

Tabel 1. Jenis Komoditi Terpilih

Komoditi		Jenis Komoditi
(1)		(2)
1.	Mobil kategori MPV	i. Mobil baru kategori MPV ii. Mobil bekas kategori MPV
2.	Sepeda Motor jenis bebek	iii. Sepeda motor baru iv. Sepeda motor bekas
3.	Pakaian Jadi	v. Pakaian dewasa vi. Pakaian anak
4.	Kain	vii. Kain Batik viii. Kain Tenun

4. Cakupan Wilayah

Cakupan wilayah survei meliputi 159 kabupaten/kota di 33 provinsi dengan jumlah sampel sebanyak 3.982 perusahaan/usaha perdagangan dan produsen. Untuk selengkapnya mengenai alokasi sampel menurut wilayah dapat dilihat pada lampiran 3.

5. Jadwal Pelaksanaan

Jadwal pelaksanaan Survei Poldis Perdagangan 2012 adalah:

- | | | |
|----|--|---|
| a. | Pencetakan Kuesioner dan Buku Pedoman | Minggu III Mei 2012 |
| b. | Pengiriman dokumen dari BPS RI ke Provinsi | Minggu IV Mei 2012 |
| c. | Pelaksanaan Lapangan | Minggu II Juni – Minggu IV Juli 2012 |
| d. | Pemeriksaan oleh Daerah | Minggu II Juni – Minggu IV Juli 2012 |
| e. | Revisit oleh Daerah | Minggu III Juni – Minggu IV Juli 2012 |
| f. | Pengiriman dokumen dari Provinsi ke BPS RI | Minggu I – Minggu IV Juli 2012 |
| g. | Pengolahan di BPS RI | Minggu II Juli – Minggu IV Agustus 2012 |
| h. | Persiapan Penyusunan Laporan | Minggu I – Minggu IV September 2012 |
| i. | Penyusunan Laporan | Minggu I Oktober – Minggu IV September 2012 |
| j. | Penggandaan Laporan | Minggu I Desember 2012 |

6. Dokumen (Kuesioner dan Buku Pedoman)

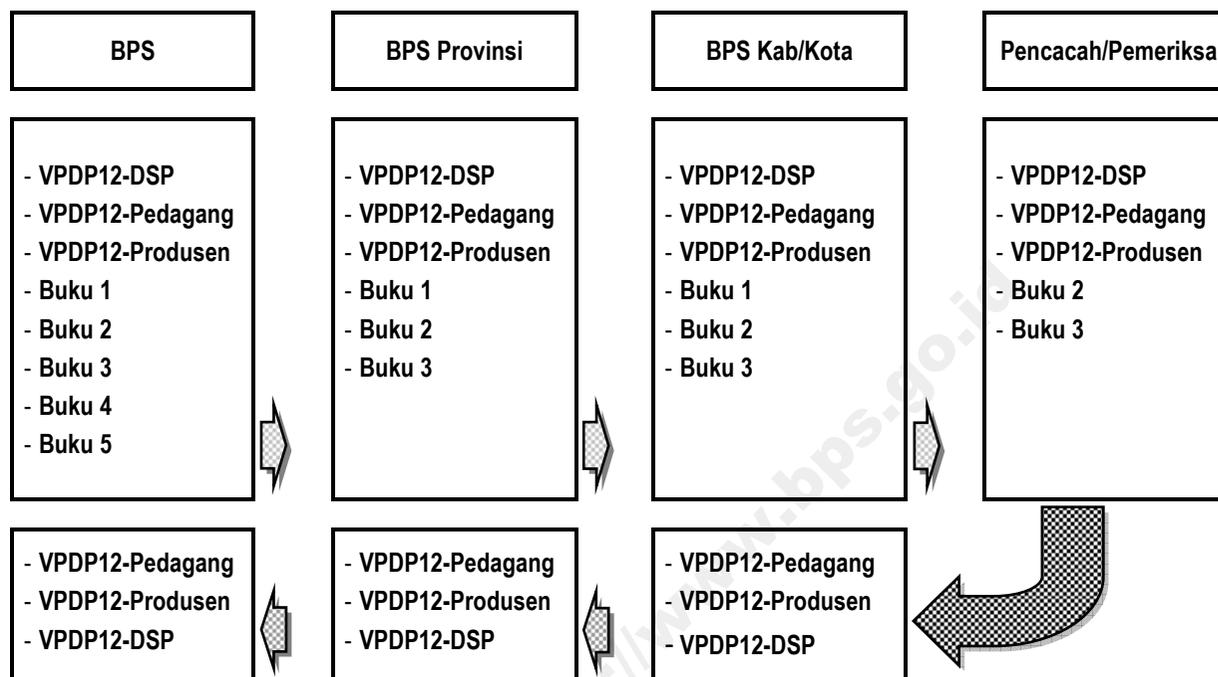
a. Jenis daftar dan kuesioner yang digunakan untuk pencacahan meliputi:

No	Jenis Daftar/Kuesioner	Kegunaan
(1)	(2)	(3)
1.	VPDP12-DSP.PEDAGANG VPDP12-DSP.PRODUSEN (Daftar Sampel Perusahaan)	Petunjuk bagi petugas untuk mengetahui nama dan alamat perusahaan/usaha perdagangan dan produsen yang akan dicacah
2.	VPDP12-PEDAGANG	Kuesioner untuk mencacah perusahaan/usaha perdagangan
3.	VPDP12-PRODUSEN	Kuesioner untuk mencacah perusahaan/usaha pertanian dan industri pengolahan

b. Buku Pedoman yang digunakan meliputi:

No	Buku Pedoman	Kegunaan
(1)	(2)	(3)
1.	Buku 1	Pedoman Teknis BPS Provinsi/Kabupaten/Kota
2.	Buku 2	Pedoman Pencacah
3.	Buku 3	Pedoman Pengawas/Pemeriksa
4.	Buku 4	Pedoman Editing/Coding
5.	Buku 5	Pedoman Pengolahan

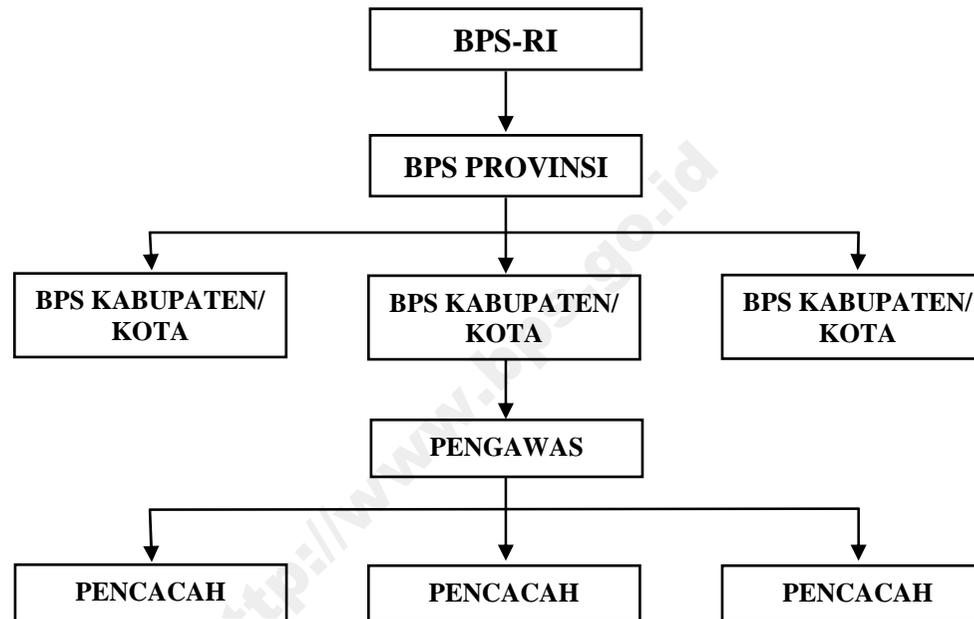
7. Arus Dokumen



B. Organisasi Lapangan

Untuk memperlancar pelaksanaan lapangan serta seluruh kegiatan Survei Poldis Perdagangan 2012 dibentuk organisasi lapangan mulai dari tingkat pusat sampai dengan para pelaksana di lapangan. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang organisasi ini dapat dilihat pada bagan organisasi berikut ini:

**Gambar 1. Organisasi Lapangan Survei Pola Distribusi Perdagangan
Beberapa Komoditi 2012**



1. Tugas dan Tanggung Jawab Pelaksana Survei

Tugas dan tanggung jawab organisasi lapangan Survei Poldis Perdagangan 2012 dari tingkat pusat sampai dengan para pelaksana di lapangan sebagai berikut:

Tabel 2. Tugas dan Tanggung Jawab Pelaksana Survei Pola Distribusi Perdagangan Beberapa Komoditi 2012

No.	Petugas	Tugas dan Tanggung Jawab
(1)	(2)	(3)
1.	BPS-RI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengoordinasikan seluruh kegiatan baik di pusat maupun di daerah ▪ Bertanggung jawab terhadap hasil Survei Poldis Perdagangan 2012 tingkat Nasional
2.	Tim VPDP12	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyiapkan materi yang berkenaan dengan Survei Poldis Perdagangan 2012
3.	BPS Provinsi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengoordinasikan seluruh kegiatan di provinsi dan kabupaten/kota. ▪ Bertanggung jawab terhadap hasil Survei Poldis Perdagangan 2012 tingkat provinsi dan kabupaten/kota
4.	BPS Kabupaten/Kota	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengoordinasikan seluruh kegiatan di Kabupaten/Kota ▪ Bertanggung jawab terhadap hasil Survei Poldis Perdagangan 2012 tingkat Kabupaten/Kota
5.	Pengawas/Pemeriksa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengoordinasikan seluruh kegiatan di Kabupaten/Kota/ Provinsi. ▪ Bertanggung jawab terhadap hasil pencacahan Survei Poldis Perdagangan 2012
6.	Pencacah	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bertanggung jawab melakukan pencacahan Survei Poldis Perdagangan 2012

2. Petugas Pengawas/Pemeriksa (PMS)

- a. Memahami isi buku pedoman petugas PCS dan PMS Survei Poldis Perdagangan 2012.
- b. Bersama dengan PCS mencermati daftar sampel perusahaan terpilih serta jenis dokumen yang digunakan dan wilayah kerjanya sebelum melakukan pencacahan.
- c. Memberitahukan dan minta izin pihak pengelola/administrator di pusat perkantoran, pusat perbelanjaan, jika responden berada di pusat perkantoran/pusat perbelanjaan.
- d. Melakukan pengawasan lapangan secara rutin dan melaporkan kepada BPS Kabupaten/ Kota/Provinsi apabila ada

permasalahan yang perlu segera diselesaikan.

- e. Mengikuti pertemuan petugas yang dikoordinir oleh BPS Kabupaten/Kota/Provinsi, kemudian membuat laporan tentang berbagai permasalahan yang dihadapi di lapangan dan cara mengatasinya ke BPS Kabupaten/Kota/Provinsi.
- f. Mengisi laporan kemajuan pelaksanaan pencacahan secara berkala kepada BPS Kabupaten/Kota/Provinsi.
- g. Melakukan pemeriksaan dokumen hasil pelaksanaan pencacahan dengan cermat dan teliti serta menyerahkan hasilnya kepada BPS kabupaten/Kota/Provinsi.
- h. Mengisi kode KBLI pada Blok II rincian 1 VPDP12-PEDAGANG berdasarkan uraian kegiatan utama perusahaan/usaha.
- i. Menepati jadwal pelaksanaan Survei Poldis Perdagangan 2012.

3. Petugas Pencacah (PCS)

- a. Mengikuti pelatihan petugas pencacahan Survei Poldis Perdagangan 2012.
- b. Mengamati wilayah kerjanya sebelum melakukan pencacahan dengan VPDP12-DSP. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi lewat cacah atau ganda cacah.
- c. Memberitahukan dan minta izin pihak pengelola atau administrator di pusat gedung perkantoran, pusat perbelanjaan, atau aparat desa/lurah, RW dan RT sebelum melakukan pencacahan pada wilayah tersebut.
- d. Melakukan pencacahan setiap perusahaan/usaha yang ada dalam VPDP12-DSP yang terdapat pada wilayah kerjanya .
- e. Mengikuti pertemuan dengan pengawas untuk membahas berbagai temuan/masalah di lapangan dan cara mengatasinya.
- f. Melakukan pencacahan ulang responden yang bermasalah dengan disertai pengawas.
- g. Melaporkan hasil pengecekan lapangan ke pengawas/pemeriksa atas keberadaan perusahaan yang tercatat dalam VPDP12-DSP, namun tidak ditemui di lapangan, atau perusahaan/usaha yang ditemui di lapangan, namun tidak memperdagangkan salah satu dari 8 jenis komoditi yang dicakup.
- h. Menepati jadwal pelaksanaan sesuai dengan yang telah ditentukan.

C. Metodologi

1. Ruang Lingkup

Survei Poldis Perdagangan 2012 dilaksanakan di seluruh provinsi, mencakup ibukota provinsi, beberapa kota SBH dan kabupaten/kota potensi komoditi terpilih. Secara keseluruhan survei ini mencakup 159 kabupaten/kota terdiri dari 33 ibukota provinsi dan 126 kabupaten/kota potensi komoditi terpilih.

Komoditi yang dicakup dalam survei ini adalah sebanyak 8 jenis komoditi, yaitu: kain tenun, kain batik, pakaian dewasa, pakaian anak, mobil baru, mobil bekas, sepeda motor baru, dan sepeda motor bekas.

Unit penelitian dalam survei ini adalah perusahaan perdagangan dan non perdagangan. Perusahaan perdagangan terdiri dari distributor, sub distributor, agen, sub agen, eksportir, importir, pedagang grosir, pedagang pengumpul maupun pengecer. Untuk perusahaan non perdagangan terdiri dari perusahaan/usaha industri pengolahan. Responden perusahaan/usaha industri pengolahan adalah perusahaan/usaha industri tekstil, pakaian jadi, mobil, dan sepeda motor.

2. Kerangka Sampel

Kerangka sampel yang dibentuk terdiri dari kerangka sampel pedagang, dan kerangka sampel industri pengolahan.

a. Kerangka sampel industri pengolahan

Kerangka sampel industri pengolahan berasal dari direktori Industri Besar Sedang tahun 2009, dan data dari sumber lainnya (internet, asosiasi). Cakupan KBLI untuk industri pengolahan adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Jenis Komoditi dan kode KBLI Industri Menurut Jenis Kegiatan Usaha

No	Komoditi		KBLI 2005	KBLI 2009	Deskripsi
(1)	(2)		(3)	(4)	(5)
1	Industri Kendaraan Bermotor, Trailer dan semi Trailer				
	1	Kendaraan roda empat atau lebih	29100	34100	Industri Kendaraan bermotor roda empat atau lebih
2	Industri Alat Angkutan Lainnya				
	1	Sepeda motor roda dua dan tiga	30911	35911	Industri sepeda motor roda dua dan tiga
3	Industri Pakaian Jadi				
	1	Pakaian dewasa dari tekstil	14111	18101	Industri pakaian jadi (konveksi) dari tekstil
	2	Pakaian anak dari tekstil	14111	18101	Industri pakaian jadi (konveksi) dari tekstil
	3	Pakaian dewasa	14120	93091	Penjahitan dan pembuatan pakaian sesuai pesanan
	4	Pakaian anak	14120	93091	Penjahitan dan pembuatan pakaian sesuai pesanan
4	1. Industri Tekstil				
	1	Kain batik	13134	17124	Industri batik
	2	Kain tenun	13122	17115	Industri kain tenun ikat

Tabel 4. Jenis Komoditi dan Kode KBLI Perdagangan Menurut Jenis Kegiatan Usaha

No.	Jenis Komoditi	Kode KBLI Jenis Kegiatan Usaha	
		Pedagang Besar	Pedagang Eceran
1	Mobil baru	45101 (50101)	45103 (50102)
2	Mobil bekas	45102 (50101)	45104 (50102)
3	Sepeda motor baru	45401 (50301)	45403 (50302)
4	Sepeda motor bekas	45402 (50301)	45404 (50302)
5	Pakaianjadi	46412 (51310,53310,54310)	47711 (52322)
6	Tekstil	46411 (51310,53310,54310)	47511 (52321)

Keterangan : kode di luar kurung merupakan kode KBLI 2009
kode di dalam kurung merupakan kode KBLI 2005

b. Kerangka sampel pedagang

Sedangkan pembentukan kerangka sampel pedagang berasal dari berbagai macam sumber, yaitu dari:

- 1). SE06-UMB kategori G, yaitu perusahaan perdagangan menengah dan besar hasil Sensus Ekonomi 2006. Tahapan penggunaan data SE06-UMB adalah:
 - a) Untuk menentukan komoditi digunakan hasil pengolahan kuesioner SE06-UMB kategori G Blok II.2 Rincian 4 (kegiatan utama) dan kode KBLI
 - b) Untuk menentukan fungsi kelembagaan perusahaan/usaha sebagai distributor, sub distributor, agen, subagen, eksportir, importir, pedagang grosir, pedagang pengumpul, dan pengecer digunakan hasil pengolahan kuesioner SE06-UMB kategori G Blok II.2 Rincian 6 (menurut asal barang) dan Rincian 8 (menurut penjualan barang).

- c) Untuk menentukan fungsi kelembagaan perusahaan/usaha sebagai distributor, sub distributor, agen, subagen, eksportir, importir, pedagang grosir, pedagang pengumpul, dan pengecer digunakan hasil pengolahan kuesioner SE06-UMB kategori G Blok II.2 Rincian 6 (menurut asal barang) dan Rincian 8 (menurut penjualan barang).

Tabel 5. Matrix Penentuan Fungsi Kelembagaan*) Dalam Perusahaan/Usaha Perdagangan UMB

No.	Asal barang	Penjualan				
		Luar negeri	Produsen	Pedagang lainnya	Pemerintah /swasta	Rumah tangga/ perorangan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Melalui Importir	6	1	1	1	8
2	Impor Sendiri	6	7	7	7	7
3	Produsen	6	1	1	1	8
4	Distributor/penyalur/agen	6	2	4	4	8
5	Supermarket/swalayan	6	4	8	8	8
6	Pedagang lainnya	6	4	8	8	8

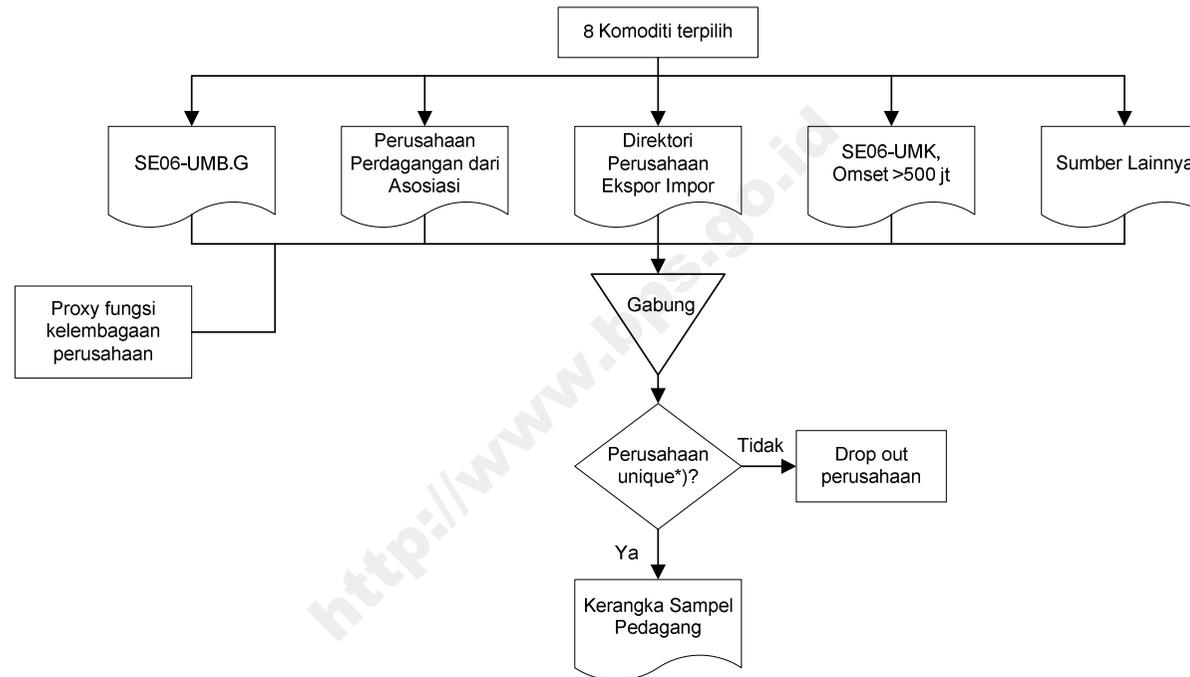
*) Kode fungsi kelembagaan:

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| 1. Distributor | 5. Pedagang Grosir |
| 2. Sub Distributor | 6. Pedagang Pengumpul |
| 3. Agen | 7. Eksportir |
| 4. Sub Agen | 8. Importir |

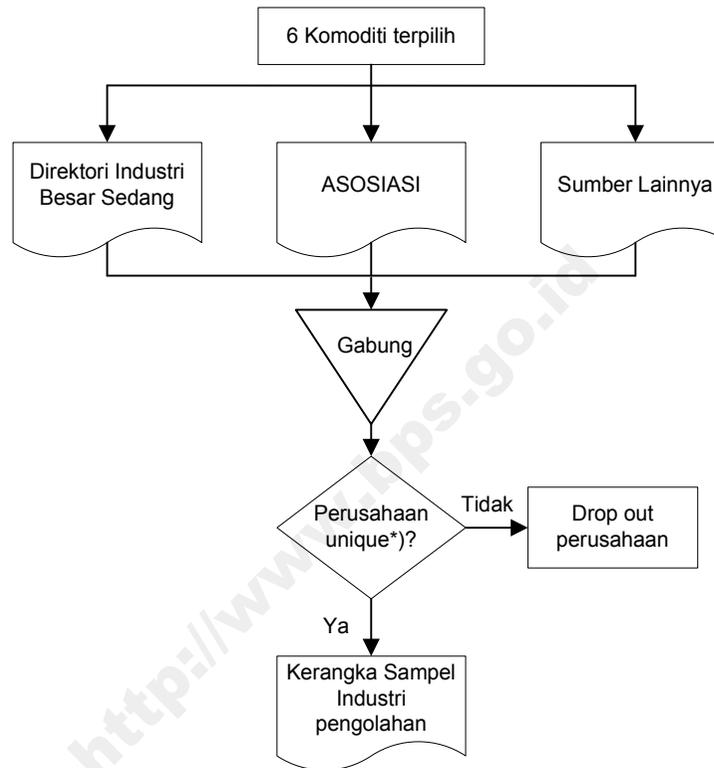
- 2). Direktori perusahaan perdagangan dari asosiasi untuk perusahaan perdagangan.
- 3). Direktori perusahaan ekspor dan impor.
- 4). Perusahaan perdagangan kecil hasil Sensus Ekonomi 2006 Sensus Sampel yaitu SE06-UMK kategori G dengan nilai omset >500 juta rupiah.
- 5). Sumber Lain : berasal dari internet

Pencacahan pada survei ini menggunakan pendekatan fungsi kelembagaan perusahaan dan komoditi yang diperdagangkan. Fungsi kelembagaan yang bersumber dari SE06-UMB merupakan *proxy*, sedangkan perusahaan dari sumber lain berdasarkan pengakuan responden.

Gambar 2. Pembentukan Kerangka Sampel Pedagang



Gambar 3. Pembentukan Kerangka Sampel Industri Pengolahan



*) Unique = tidak ganda

3. Jumlah Sampel

Banyaknya sampel perusahaan/usaha/pengusaha perdagangan menengah dan besar serta produsen secara keseluruhan sebanyak 3.982 perusahaan. Rincian banyaknya sampel untuk setiap provinsi adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Kabupaten/Kota Studi dan Banyaknya Sampel per Provinsi

No	Provinsi	Kabupaten/Kota	Jumlah Sampel
(1)	(2)	(3)	(4)
1	(11) Aceh	(1107) Aceh Barat, <i>(1171) Banda Aceh</i> , (1174) Lhokseumawe	50
2	(12) Sumatera Utara	(1206) Toba Samosir, (1209) Simalungun, (1210) Dairi, (1271) Sibolga, (1273) Pematang Siantar, <i>(1275) Medan</i> , (1277) Padang Sidempuan	137
3	(13) Sumatera Barat	(1305) Tanah Datar, <i>(1371) Padang</i> , (1373) Sawahlunto, (1375) Bukittinggi	75
4	(14) Riau	(1403) Indragiri Hilir, (1405) Siak, (1408) Bengkalis, <i>(1471) Pekanbaru</i> , (1473) Dumai	65
5	(15) Jambi	(1501) Kerinci, <i>(1571) Jambi</i>	44
6	(16) Sumatera Selatan	(1607) Banyuasin, (1610) Ogan Ilir, <i>(1671) Palembang</i> , (1674) Lubuklinggau	89
7	(17) Bengkulu	(1702) Rejang Lebong, (1706) Mukomuko, <i>(1771) Bengkulu</i>	55
8	(18) Lampung	(1801) Lampung Barat, (1807) Way Kanan, <i>(1871) Bandar Lampung</i> , (1872) Metro	75
9	(19) Bangka Belitung	(1901) Bangka, (1902) Belitung, <i>(1971) Pangkal Pinang</i>	43
10	(21) Kepulauan Riau	(2171) Batam, <i>(2172) Tanjung Pinang</i>	38
11	(31) DKI Jakarta	(3171) Jakarta Selatan, (3172) Jakarta Timur, (3173) Jakarta Pusat, (3174) Jakarta Barat, (3175) Jakarta Utara	685

12	(32) Jawa Barat	(3201) Bogor, (3203) Cianjur, (3204) Bandung, (3205) Garut, (3206) Tasikmalaya, (3209) Cirebon, (3212) Indramayu, (3215) Karawang, (3216) Bekasi, (3217) Bandung Barat, (3271) Bogor, (3272) Sukabumi, <u>(3273) Bandung</u> , (3274) Cirebon, (3275) Bekasi, (3276) Depok, (3278) Tasikmalaya	497
13	(33) Jawa Tengah	(3302) Banyumas, (3305) Kebumen, (3310) Klaten, (3313) Karanganyar, (3314) Sragen, (3319) Kudus, (3320) Jepara, (3326) Pekalongan, (3372) Surakarta, <u>(3374) Semarang</u> , (3375) Pekalongan, (3376) Tegal	292
14	(34) DI Yogyakarta	(3402) Bantul, (3404) Sleman, <u>(3471) Yogyakarta</u>	55
15	(35) Jawa Timur	(3501) Pacitan, (3504) Tulungagung, (3507) Malang, (3509) Jember, (3510) Banyuwangi, (3513) Probolinggo, (3515) Sidoarjo, (3522) Bojonegoro, (3523) Tuban, (3525) Gresik, (3526) Bangkalan, (3528) Pamekasan, (3529) Sumenep, (3571) Kediri, (3572) Blitar, (3573) Malang, (3574) Probolinggo, (3575) Pasuruan, (3576) Mojokerto, (3577) Madiun, <u>(3578) Surabaya</u>	561
16	(36) Banten	(3603) Tangerang, (3671) Tangerang, (3672) Cilegon, <u>(3673) Serang</u> , (3674) Tangerang Selatan	142
17	(51) Bali	(5101) Jembrana, (5102) Tabanan, (5104) Gianyar, (5105) Klungkung, (5107) Karang Asem, (5108) Buleleng, <u>(5171) Denpasar</u>	103
18	(52) Nusa Tenggara Barat	(5202) Lombok Tengah, <u>(5271) Mataram</u> , (5272) Bima	58
19	(53) Nusa Tenggara Timur	(5305) Timor Tengah Utara, (5310) Sikka, <u>(5371) Kupang</u>	44
20	(61) Kalimantan Barat	(6101) Sambas, (6107) Sintang, <u>(6171) Pontianak</u> , (6172) Singkawang	75

21	(62) Kalimantan Tengah	(6202) Kota Waringin Timur, <i>(6271) Palangkaraya</i>	54
22	(63) Kalimantan Selatan	(6303) Banjar, (6308) Hulu Sungai Utara, (6309) Tabalong, <i>(6371) Banjarmasin</i>	68
23	(64) Kalimantan Timur	(6403) Kutai Kartanegara, (6408) Nunukan, (6471) Balikpapan, <i>(6472) Samarinda</i> , (6473) Tarakan, (6474) Bontang	135
24	(71) Sulawesi Utara	(7102) Minahasa, <i>(7171) Manado</i> , (7172) Bitung	71
25	(72) Sulawesi Tengah	(7205) Donggala, <i>(7271) Palu</i>	45
26	(73) Sulawesi Selatan	(7302) Bulukumba, (7306) Gowa, (7311) Bone, (7313) Wajo, (7318) Tana Toraja, <i>(7371) Makassar</i> , (7372) Pare-Pare, (7373) Palopo	120
27	(74) Sulawesi Tenggara	(7401) Buton, <i>(7471) Kendari</i> , (7472) Bau-Bau	52
28	(75) Gorontalo	(7502) Gorontalo, <i>(7571) Gorontalo</i>	40
29	(76) Sulawesi Barat	(7601) Majene, (7602) Polewali Mandar, <i>(7604) Mamuju</i>	52
30	(81) Maluku	(8101) Maluku Tenggara Barat, <i>(8171) Ambon</i> , (8172) Tual	35
31	(82) Maluku Utara	<i>(8271) Ternate</i> , (8272) Tidore Kepulauan	44
32	(91) Papua Barat	<i>(9105) Manokwari</i> , (9171) Sorong	42
33	(94) Papua	(9401) Merauke, <i>(9471) Jayapura</i>	41
Jumlah			3.982

*) yang dicetak bergaris bawah dan miring adalah ibukota provinsi

4. Alokasi Sampel Per Komoditi Menurut Kabupaten/Kota

Jumlah produsen dan perusahaan perdagangan berkategori pedagang besar dan eceran sudah dapat ditentukan dari hasil pembentukan kerangka sampel. Yang termasuk dalam kategori pedagang besar adalah fungsi kelembagaan perdagangan sebagai distributor, sub distributor, agen, sub agen, pedagang grosir, eksportir dan importir. Sedangkan kategori pedagang eceran adalah sisanya.

Alokasi sampel dilakukan dengan mempertimbangkan distribusi dari fungsi kelembagaan dan jenis komoditi dalam satu provinsi. Sehingga secara umum semua komoditi bisa terwakili untuk semua fungsi kelembagaan.

Penentuan suatu perusahaan dicacah untuk komoditi tertentu, sudah dapat ditentukan pada awal penentuan sampel terpilih, baik untuk pedagang besar dan eceran yang menjual komoditi spesifik maupun yang memperdagangkan bermacam-macam komoditi yang akan dicacah. Oleh karena itu, untuk menjaga agar sampel komoditi di pedagang eceran tersebar secara proporsional, maka perlu dilakukan alokasi sampel untuk menentukan berapa jumlah perusahaan yang harus dicacah untuk suatu komoditi. Tahapan pengalokasian sampel menurut komoditi untuk pedagang eceran adalah sebagai berikut:

- Dari kerangka sampel dialokasikan sampel perusahaan yang memperdagangkan komoditi tertentu.
- Kemudian di alokasikan menurut distribusi fungsi kelembagaan dalam satu provinsi.

5. Metode Pemilihan Sampel

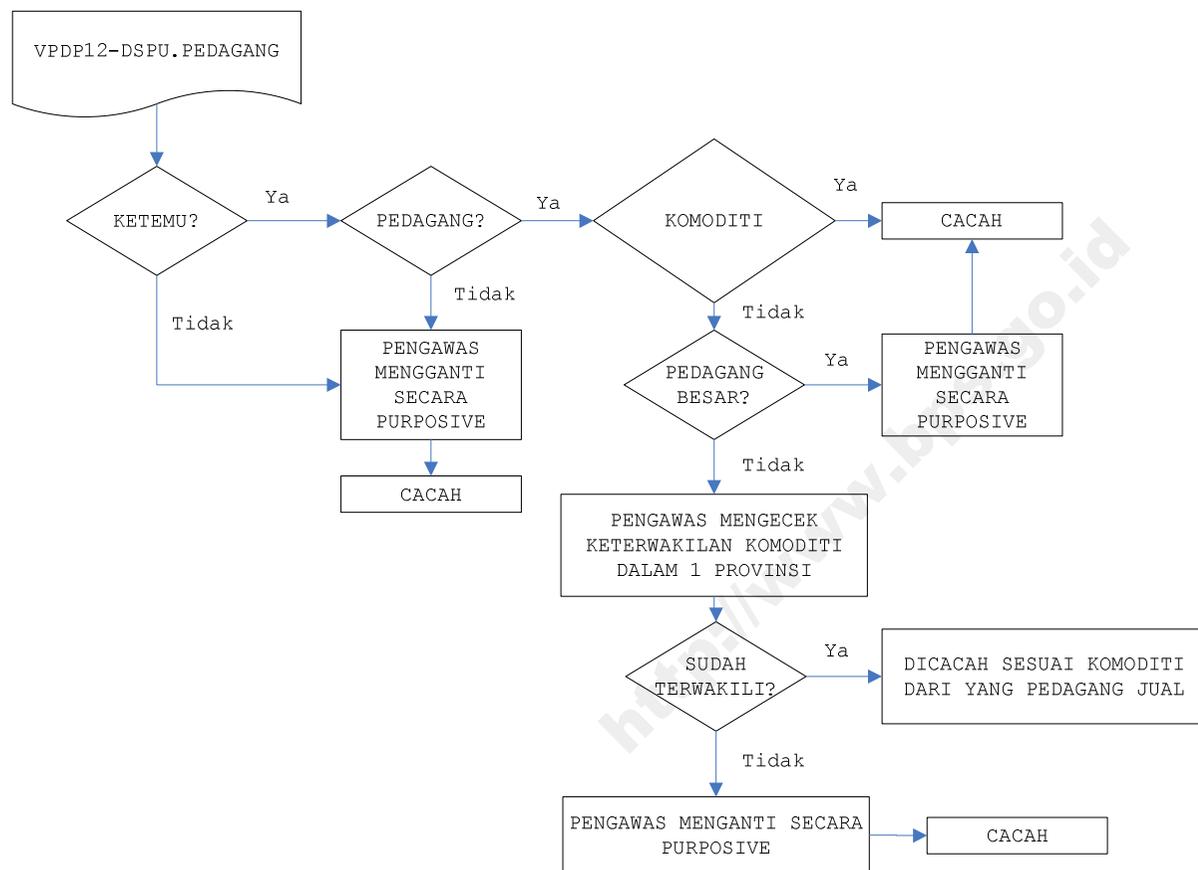
Metode pemilihan sampel dilakukan dengan memperhatikan komoditi utama yang diperdagangkan berdasarkan 8 komoditi terpilih. Untuk perusahaan yang bersumber dari SE06-UMB, seluruhnya diambil sebagai perusahaan sampel, sedangkan sisanya dipilih secara sistematis pada setiap komoditi. Jika jumlah perusahaan/usaha dalam kerangka sampel tidak mencukupi, maka seluruh perusahaan/usaha akan dicacah. Sedangkan sampel industri pengolahan dipilih dari kerangka sampel industri pengolahan secara sistematis sampling

6. Metode Pengumpulan Data

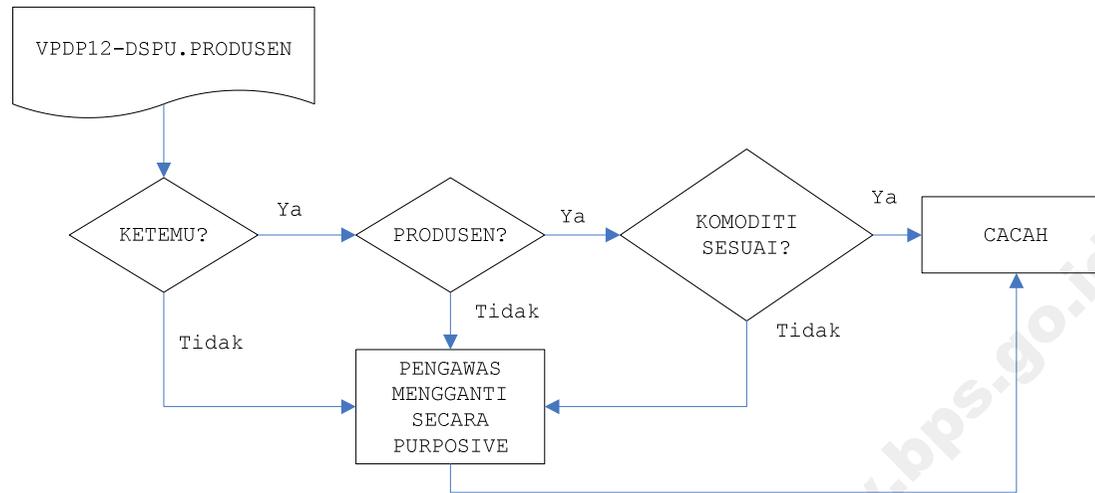
Pengumpulan data dari perusahaan/usaha/pengusaha terpilih dilakukan melalui wawancara tatap muka antara pencacah dengan responden. Untuk perusahaan-perusahaan yang relatif besar, pengumpulan data mungkin lebih dari satu kali kunjungan.

- Jika pada saat pencacahan, perusahaan/usaha telah berubah dari pedagang ke produsen maka **pengawas** harus mencari perusahaan/usaha yang memperdagangkan komoditi dan fungsi kelembagaan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel pengganti secara *purposive*
- Jika pada saat pencacahan, perusahaan/usaha telah berubah dari produsen ke pedagang maka **pengawas** harus mencari perusahaan/usaha yang memproduksi komoditi yang sama untuk dijadikan sebagai sampel pengganti secara *purposive*
- Jika pada saat pencacahan, komoditi dengan yang diperdagangkan bukan merupakan komoditi seperti yang tercantum pada Daftar VPDP12-DSP.PEDAGANG, maka **pengawas**
 - a. Jika perusahaan/usaha merupakan pedagang besar, harus mencari perusahaan/usaha yang memperdagangkan komoditi dengan fungsi kelembagaan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel pengganti secara *purposive*
 - b. Jika Perusahaan/usaha merupakan pedagang eceran, pengawas harus memeriksa terlebih dahulu keterwakilan komoditi dalam satu provinsi, bila sudah ada wakilnya maka cukup diganti komoditi sesuai dengan yang dijual oleh pedagang (harus termasuk dalam 8 komoditi). Jika belum ada keterwakilan komoditi dengan kualitas/merk/jenis seperti yang tercantum pada Daftar VPDP12-DSP.PEDAGANG dalam satu provinsi maka harus mencari perusahaan/usaha yang memperdagangkan komoditi dengan fungsi kelembagaan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel pengganti secara *purposive*
- Jika pada saat pencacahan, komoditi yang diproduksi bukan merupakan komoditi seperti yang tercantum pada Daftar VPDP12-DSP.PRODUSEN, maka **pengawas** harus mencari perusahaan/usaha yang memproduksi komoditi yang sama untuk dijadikan sebagai sampel pengganti secara *purposive*.
- Nomor urut perusahaan untuk sampel pengganti dimulai dari 8000 untuk setiap kabupaten/kota.
- Untuk Perusahaan/usaha yang terpilih sampel secara *purposive* nomor urutnya dimulai dari 9000 untuk setiap kabupaten/kota.

ALUR PENCACAHAN PEDAGANG



ALUR PENCACAHAN PRODUSEN



II. ULASAN RINGKAS

A. Umum

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki sekitar 17.504 pulau, sekitar 6.000 di antaranya tidak berpenghuni tetap, menyebar sekitar katulistiwa dengan cuaca tropis. Luas wilayah Indonesia sekitar 5.176.797 km² dengan luas wilayah daratan 1.919.440 km² (37,08%) dan selebihnya 3.257.357 km² (62,92%) merupakan wilayah lautan. Jumlah penduduk pada tahun 2010 sekitar 237,56 juta jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,49 persen per tahun. Pulau dengan penduduk terpadat adalah pulau Jawa yaitu kurang lebih 136,61 juta jiwa, jumlah tersebut lebih dari setengah (57,50%) populasi penduduk Indonesia. Pulau Sumatera dengan jumlah penduduk 50,63 juta jiwa (21,31%) pada posisi berikutnya. Pulau besar lainnya yaitu Kalimantan dengan penduduk 13,79 juta jiwa (5,80%), kemudian Sulawesi dengan penduduk 17,37 juta jiwa (7,31%), Papua dengan penduduk 3,59 juta jiwa (1,51%), dan selebihnya tersebar di pulau-pulau lain. Dengan laju pertumbuhan sebesar 1,49 persen, maka pada tahun 2012 diperkirakan penduduk Indonesia akan mencapai 244,78 juta jiwa.

Dengan kondisi geografis dan jumlah penduduk Indonesia sebagaimana tersebut, maka kegiatan distribusi menjadi suatu kegiatan ekonomi yang berperan dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Kegiatan distribusi dapat menghubungkan kepentingan produsen yang berada di suatu wilayah dengan konsumen yang berada di wilayah lain, baik untuk produksi primer, setengah jadi maupun produk jadi. Kegiatan ekonomi tersebut berfungsi untuk membawa atau menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan demikian distribusi merupakan serangkaian kegiatan bisnis yang meliputi penyaluran mulai dari produsen sampai dengan konsumen akhir. Serangkaian kegiatan bisnis tersebut akan membentuk suatu sistem yaitu sistem distribusi.

Secara garis besar sistem distribusi bertujuan agar komoditi hasil produksi sampai kepada konsumen dengan mudah dan lancar, dengan memperhatikan kondisi produsen dan sarana yang tersedia dalam masyarakat. Sistem distribusi yang baik akan sangat mendukung kegiatan produksi dan konsumsi. Dalam penyaluran hasil produksi dari produsen ke konsumen, produsen dapat menggunakan beberapa jenis sistem distribusi yaitu:

1. Distribusi langsung, yaitu produsen menyalurkan hasil produksinya langsung kepada konsumen tanpa menggunakan saluran distribusi, seperti penyaluran hasil pertanian oleh petani ke pasar langsung.
2. Distribusi semi langsung, yaitu penyaluran barang hasil produksi dari produsen ke konsumen melalui badan perantara atau toko milik produsen itu sendiri.
3. Distribusi tidak langsung, pada sistem ini produsen tidak langsung menjual hasil produksinya, baik berupa barang ataupun jasa kepada konsumen akhir melainkan melalui perantara atau saluran distribusi.

Di dalam kenyataannya sistem distribusi tidak selalu seperti tersebut di atas, melainkan bisa merupakan kombinasinya yaitu mulai dari sistem distribusi yang paling sederhana hingga sistem distribusi yang kompleks. Dengan demikian sistem distribusi merupakan pengaturan penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Produsen dapat menentukan sistem distribusi yang akan digunakan untuk produk yang dihasilkan. Suatu sistem distribusi dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat sebagai berikut:

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah-rendahnya, dan
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan distribusi barang tersebut sesuai dengan peranannya masing-masing, sesuai dengan biaya, resiko dan pengorbanan yang sudah dikeluarkan.

Saluran distribusi atau perantara distribusi adalah orang atau lembaga yang kegiatannya menyalurkan barang dari produsen sampai ke tangan konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam pemasaran barang atau komoditi dari tingkat produsen sampai konsumen melalui tahapan-tahapan yang terdiri dari pelaku distribusi seperti distributor, sub distributor, agen, sub agen, pedagang grosir, pedagang pengumpul, dan pengecer.

Saluran distribusi suatu komoditi dibutuhkan karena adanya perbedaan yang menimbulkan celah-celah atau kesenjangan (gap) diantara produsen dan konsumen, yang terdiri dari:

1. Gap geografis: perbedaan jarak geografis yang disebabkan oleh perbedaan tempat pusat produksi dengan lokasi konsumen yang tersebar dimana-mana, sehingga jarak yang semakin jauh menimbulkan peranan lembaga penyalur menjadi bertambah penting;
2. Gap waktu: perbedaan jarak waktu yang disebabkan oleh celah waktu yang terjadi antara produksi dan konsumsi dari produk-produk yang dihasilkan secara besar-besaran. Hal ini terjadi karena pembelian dan konsumsi produk timbul dalam waktu tertentu, sedangkan produksi dilakukan secara lebih hemat dengan kegiatan produksi yang terus menerus, sehingga terdapat perbedaan waktu antara saat produksi dengan saat konsumsi atau penggunaannya;
3. Gap kuantitas: dimana produksi dilakukan dalam skala besar untuk memperoleh biaya per unit/satuan rendah, sedangkan konsumsi dalam jumlah yang kecil-kecil untuk jenis produk pada saat tertentu;
4. Gap varitas/keragaman: sebagian besar produsen/perusahaan agroindustri menspesialisasikan dirinya dalam memproduksi produk tertentu, sedangkan konsumen menginginkan produk yang beraneka ragam, sesuai dengan selera atau cita rasanya, dan
5. Gap komunikasi dan informasi: konsumen sering tidak mengetahui sumber-sumber produksi dari produk-produk agroindustri yang dibutuhkan, sedangkan produsen tidak mengetahui siapa dan dimana konsumen potensial berada. Akibatnya dibutuhkan fungsi distribusi yang dijalankan dalam saluran distribusi yang ada.

Dalam perdagangan antara dua wilayah, komoditi akan mengalir dari wilayah yang mempunyai harga yang lebih rendah ke wilayah yang mempunyai harga yang lebih tinggi (Bressler dan King 1970). Keadaan ini akan berlangsung selama adanya perbedaan harga dengan tidak memperhitungkan transfer. Apabila biaya transfer diperhitungkan maka keseimbangan harga akan terjadi dimana harga akan lebih rendah di daerah produksi dibandingkan dengan daerah konsumsi, dimana besarnya perbedaan ini akan sama dengan perbedaan biaya transfer. Pada beberapa komoditi, pemasaran dari tingkat produsen sampai konsumen terkadang melalui jalur pemasaran yang panjang.

Untuk mengetahui apakah distribusi komoditi telah berjalan secara efektif dan efisien dapat dilihat dari rantai perdagangan dan margin. Semakin banyak rantai perdagangan yang dilalui komoditi untuk sampai ke konsumen, maka semakin besar margin perdagangan yang terjadi. Sehingga harga komoditi tersebut sampai ke konsumen semakin mahal.

Penjualan Mobil

Saluran distribusi memiliki peranan penting dalam upaya meningkatkan volume penjualan mobil oleh perusahaan. Distribusi pemasaran kendaraan biasanya tidak hanya berorientasi pada pasar domestik saja, melainkan juga pasar global di berbagai negara. Untuk melihat efektivitas penjualan mobil bisa dievaluasi melalui nilai penjualan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan dan biaya distribusi yang merupakan salah satu faktor dominan dari keseluruhan biaya distribusi. Faktor lain yang dapat meningkatkan biaya distribusi adalah kondisi mobil yang sudah tidak dalam keadaan standar saat sampai tujuan seperti lecet, baret atau penyok, sehingga harus dibawa kembali ke bengkel atau ke pabrik perakitanya.

Selain di antara permasalahan di atas, perusahaan juga harus dapat mengantisipasi dan mencari solusi tentang kepuasan pelanggan, dan salah satu faktor yang dapat memberikan kepuasan pelanggan adalah jika pelanggan bisa mendapatkan data atau informasi tentang status order mereka. Dan oleh karena beberapa faktor di atas, maka untuk mencapai efektivitas penjualan seoptimal mungkin maka perusahaan dapat mencari solusi untuk beberapa permasalahan yang terjadi dalam proses distribusi kendaraan.

Menurut data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo),



Sumber: Kompas Otomotif

penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2010 mencapai 745.390 unit, sedangkan pada tahun 2011 lalu kenaikan penjualan mobil naik hingga mencapai angka sekitar 9%, dan pada tahun 2012 para pelaku bisnis dunia otomotif sangat optimis akan terjadi pertumbuhan dan peningkatan penjualan. Data Gaikindo yang dihimpun Kompas Otomotif, penjualan mobil penumpang dan kendaraan komersial dari distributor ke dealer alias whole sales (WS) di Indonesia sampai akhir September lalu sudah mencapai 816.322 unit atau naik 23,7 persen dibandingkan periode yang sama dari tahun sebelumnya, 659.839 unit.

Penjualan Sepeda Motor

Penjualan sepeda motor nasional yang tergabung dalam Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) pada September 2012 hanya 628.739 unit atau turun 13,1 persen dibandingkan bulan yang sama pada 2011, yaitu 723.906 unit. Dengan ini, total penjualan dalam 9 bulan pertama 2012 telah mencapai 5,391 juta unit, merosot 13,3 persen dari periode yang sama dari tahun sebelumnya 6,219 juta unit. Kendati demikian, dibandingkan dengan Agustus 2012 hanya 433.741 unit, naik 44,9 persen. Selain kenaikan uang pangkal (DP), harga komoditas di luar Pulau Jawa yang juga turun, sangat mempengaruhi penjualan secara nasional. Penurunan di Sumatera paling besar, mencapai 31 persen atau 1,184 juta unit dibandingkan tahun sebelumnya 1,716 juta unit. Kalimantan dan Sulawesi juga mengalami kondisi yang sama, namun lebih kecil, bernasib sama karena lebih kecil masing-masing 19,7 persen menjadi 467.378 unit dan 20 persen hingga 359.229 unit dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Merek	September	Januari - September	Pangsa (%)
(1)	(2)	(3)	(4)
Honda	371.755	3.081.767	57,16
Yamaha	208.849	1.846.375	34,25
Suzuki	35.882	351.696	6,52
Kawasaki	10.755	97.799	1,81
TVS	1.498	13.485	0,25
Total	628.739	5.391.122	100,00

Sumber: AISI

Penjualan Tekstil (kain batik dan kain tenun)

Kain batik dan kain tenun merupakan salah satu hasil dari kreativitas masyarakat Indonesia dalam menuangkan ide-ide yang dipahami dan dihayati dalam selembar kain. Oleh karenanya, dengan demikian memperhatikan dan membaca motif-motif yang terhampar dalam selembar kain batik atau kain tenun, kita dapat mengetahui nilai-nilai yang dihayati dan berkembang dalam masyarakat. Nilai-nilai tersebut di antaranya adalah nilai sakral, budaya, sejarah, seni, pemahaman terhadap alam, kreatifitas, inklusifitas, dan nilai ekonomis.

Hukum pasar mengatakan bahwa barang-barang produksi akan diterima oleh pasar, apabila keberadaan barang tersebut diterima oleh konsumernya. Demikian juga dengan kain batik dan tenun. Kain batik dan tenun akan diterima (diserap) pasar apabila keberadaannya diperlukan oleh konsumen. Jika tidak, maka jangan harap pasar akan menerima kain batik dan tenun ini. Oleh karena itu, pengrajin batik dan tenun harus mampu mengakomodir selera pasar, tentu saja tanpa meninggalkan ciri khas batik dan tenunan ini. Ketiga, memperluas wilayah distribusi hasil produksi.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan agar kain batik dan tenun dapat diterima pasar, seperti:

1. Mengembangkan motif batik dan tenunan. Pengembangan motif merupakan keharusan agar motif batik dan tenun semakin banyak dan menarik. Dengan cara ini, batik dan tenun akan mampu bersaing dengan produk-produk kain modern yang biasanya sangat menarik. Agar motif hasil kreativitas masyarakat tersebut tidak diklaim pihak lain, pemerintah harus memfasilitasi agar motif tersebut mendapatkan perlindungan hukum (hak cipta).
2. Memperbanyak derivasi jenis produk. Guna memperluas pasar batik dan tenun salah satu cara yang dapat dilakukan adalah memperbanyak derivasi produk yang dihasilkan. Jika selama ini hanya digunakan untuk acara-acara adat atau pelengkap saja (aksesoris), maka untuk pengembangannya perlu dibuat derivasi produk yang lebih variatif, seperti taplak meja, peci, syal, dasi, sajadah, hiasan dinding, *gordyn*, hiasan dinding, dan lain sebagainya.

3. Menggencarkan promosi. Setelah motif diperbanyak, dan derivasi produk semakin beragam, maka hal lain yang harus dilakukan adalah mempromosikannya agar kain batik dan tenun semakin dikenal oleh masyarakat. Makin dikenal, semakin besar peluang pasar kain batik dan tenun baik di dalam maupun di luar negeri.

Nilai penjualan batik mengalami kenaikan pada saat Ramadhan hingga menjelang Idul Fitri 2012 karena peningkatan permintaan yang terus bertambah. Fenomena musiman tersebut bisa dirasakan, namun tidak pernah diketahui seberapa besar nilai maupun volumenya. Kelangkaan data dan informasi mengenai produksi, volume, dan nilai penjualan juga dialami kain tenun.

Penjualan Pakaian Jadi

Informasi penjualan pakaian jadi masih sangat sedikit baik mengenai volume maupun nilai penjualannya. Namun ada beberapa peristiwa yang dilakukan pedagang dalam rangka meningkatkan penjualan. Sejumlah pelaku ritel fashion menyiasati penjualan lesu pasca lebaran dengan berbagai cara. Salah satu cara yang dipilih pengusaha adalah dengan mengikuti beragam event. Fenomena pasca lebaran yang dialami para pedagang ritel khususnya dimana-mana penjualannya mengalami penurunan. Event bersama yang digelar Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI), seperti Surabaya Hot Sales sangat membantu mendongkrak penjualan. Untuk menghabiskan stok, pengusaha memberikan potongan harga (diskon) menarik. Hal ini dilakukan untuk membantu penjualan.

Diskon yang diberikan bervariasi, mulai 20-70 persen untuk beberapa kategori barang (sumber: APPBI), "Apalagi sebentar lagi juga masuk akhir tahun, dimana liburan Natal dan tahun baru, pasti permintaan akan naik lagi. Jadi kami harus datangkan barang model baru dan menghabiskan stok lama." Menurut Hubertus, *demand* di saat liburan Natal dan tahun baru biasanya juga tinggi, namun tidak setinggi saat Lebaran. "Untuk menekan angka kerugian kami ambil model tidak terlalu banyak alias terbatas. Alasannya, dunia fashion ini perkembangannya sangat cepat, dalam tempo beberapa bulan saja model pakaian bisa *out of date*," ujarnya.

B. Ulasan Ringkas

Data hasil survei yang disajikan dalam laporan ini mencakup beberapa aspek seperti dari perusahaan produsen, di antaranya data tentang wilayah tempat produksi, wilayah pemasok bahan baku, wilayah penjualan hasil produksi dan presentase penjualan hasil produksi menurut jenis komoditi yang diteliti. Sedangkan data dari perusahaan perdagangan yang disajikan seperti wilayah asal pembelian barang dagangan, wilayah penjualan barang dagangan, pola distribusi perdagangan (lembaga-lembaga usaha perdagangan yang terlibat proses perdagangan) dan persentase penjualan barang dagangan. Dalam ulasan berikut sudah termasuk gambaran margin perdagangan dan pengangkutan. Berikut merupakan ulasan ringkas masing-masing jenis komoditi berdasarkan hasil survei yaitu:

1. Mobil
2. Sepeda motor
3. Tekstil (kain batik, kain tenun)
4. Pakaian jadi (pakaian dewasa, pakaian anak-anak).

KOMODITI MOBIL

<http://www.ppt.com/id>

C. Komoditi Mobil

Industri otomotif (mobil) di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dan selama ini industri otomotif merupakan salah satu penggerak roda ekonomi nasional, dimana kendaraan bermotor berfungsi sebagai mobilitas transportasi masyarakat serta merupakan indikator bagi tingkat pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah. Industri otomotif juga turut mendorong penciptaan lapangan kerja yang besar, juga pendapatan pajak dari sektor otomotif ini menjadi penyumbang bagi pendapatan pemerintah pusat dan daerah yang cukup signifikan.

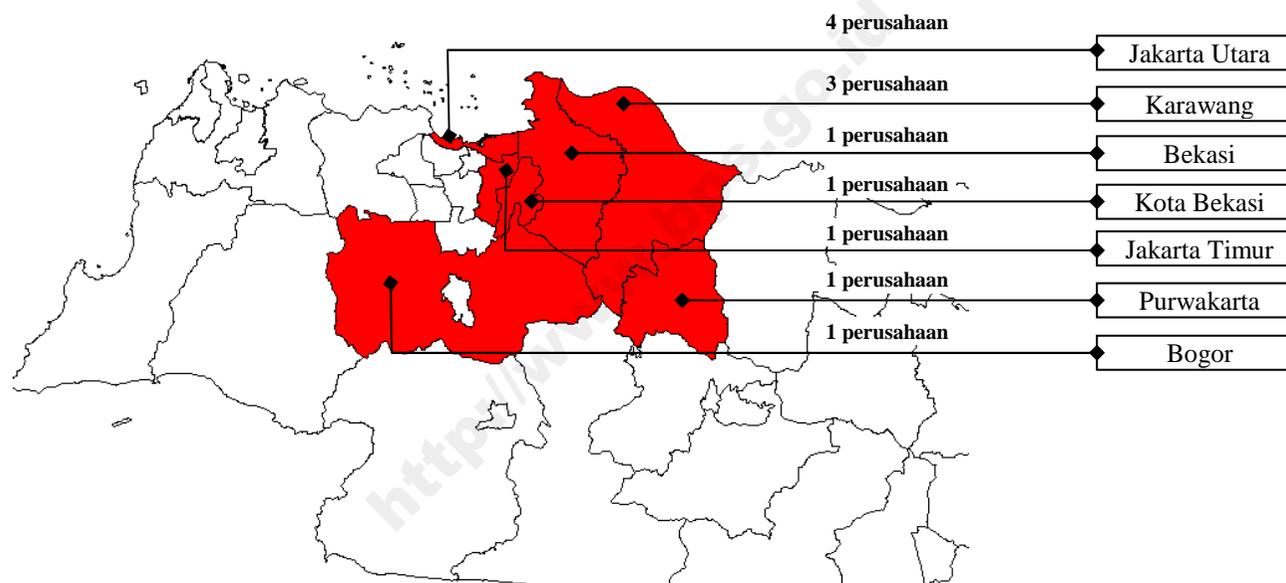
Otomotif yang diteliti pada survei ini adalah jenis mobil baru kategori MPV (*Multi Purpose Vehicle*) yang merupakan jenis mobil yang persentase penjualannya terbesar dibanding kategori lainnya, berdasarkan data GAIKINDO pangsa pasar MPV mencapai lebih dari 60 persen pertahun dari total penjualan mobil baru di Indonesia. MPV adalah mobil kendaraan penumpang kategori type 4x2, merupakan mobil yang difungsikan untuk mengangkut keluarga dengan dimensi dan ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan mobil sedan sehingga banyak diminati oleh konsumen di Indonesia. Selain memiliki fasilitas muatan yang lebih banyak juga pajak kendaraannya lebih rendah, variasi model lebih banyak dan bahan bakar yang lebih irit.

Tabel 8. Domestic Auto Market 4 x 2 Type (MPV) Tahun 2005-2011

Tahun	Total Penjualan mobil (unit)	Total Penjualan MPV (unit)	Pangsa pasar MPV
2005	533917	327155	61,3%
2006	318904	203634 (-37.76%)	63,9%
2007	433341	285733 (40.32%)	65,9%
2008	603774	388790 (36.07%)	64,4%
2009	466068	335053 (-13.82%)	68,9%
2010	764710	504510 (50.58%)	66,0%
2011	894420	569274 (12.84%)	63,6%

Sumber: GAIKINDO, The Association of Indonesia Automotive Industries

Berdasarkan hasil survei, produsen mobil di Indonesia berada di dua provinsi, yaitu Provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Jawa Barat. Di Provinsi DKI Jakarta, industri mobil berada di Kota Administrasi Jakarta Utara dan Kota Administrasi Jakarta Timur. Sementara di Provinsi Jawa Barat, industri mobil berada di lima wilayah, yaitu di Kabupaten Karawang, Kota Bekasi, Kabupaten Bekasi, Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Bogor.



Gambar 4. Peta Produsen Mobil Baru di Indonesia

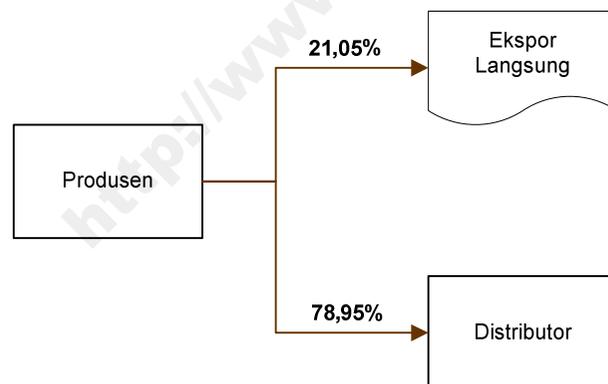
Sumber: BadanPusatStatistik

1. Distribusi Perdagangan Mobil Baru Kategori MPV

Survei pola distribusi perdagangan mobil baru jenis MPV dilaksanakan diseluruh provinsi di Indonesia kecuali Provinsi Sulawesi Utara. Sampel produsen terletak di wilayah Kota Administratif Jakarta Utara Provinsi DKI Jakarta, sedangkan sampel distribusi perdagangan mobil baru MPV meliputi 114 kabupaten/kota di seluruh Indonesia kecuali Provinsi Sulawesi Utara.

1.1. Pola Penjualan Produksi Mobil Baru Kategori MPV

Dari hasil survei terlihat produsen mengimpor seluruh bahan baku mobil dari Negara Jepang dan Korea, juga terlihat alur pola penjualan produksi mobil baru kategori MPV yaitu produsen mengekpor langsung hasil produksi sebanyak 21,05 persen dan sebanyak 78,95 persen didistribusikan ke distributor. Pola penjualan produksi mobil baru kategori MPV digambarkan sebagai berikut.

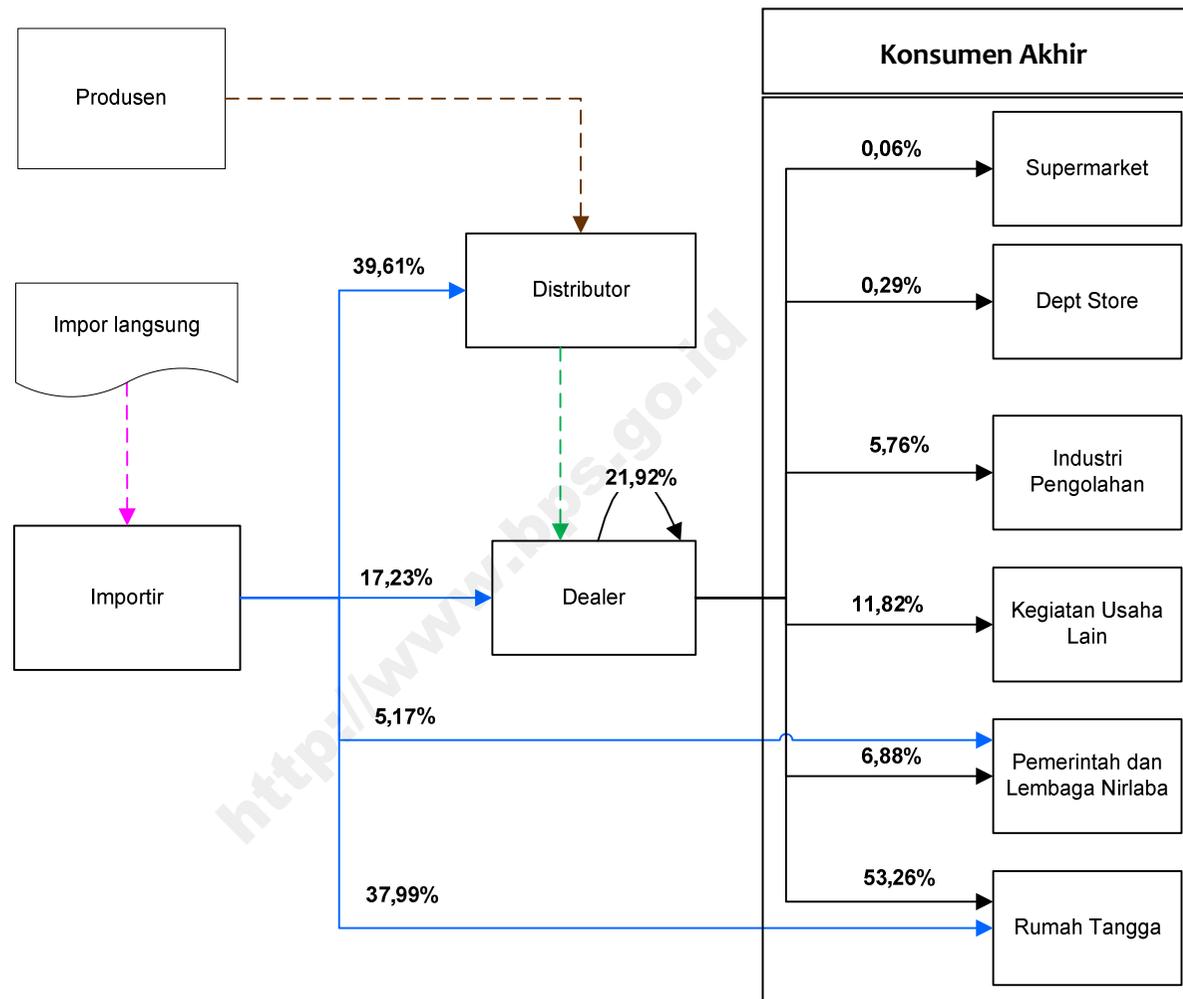


Gambar 5. Pola Penjualan Produksi Mobil Baru Kategori MPV

1.2. Pola Distribusi Perdagangan Mobil Baru Kategori MPV

Fungsi kelembagaan yang ada pada sistem penjualan mobil baru kategori MPV adalah: Importir, Distributor (*sole agent*), dan Dealer. Importir adalah perusahaan atau perorangan yang melakukan kegiatan impor atau memasukkan barang ke dalam daerah pabean Negara Republik Indonesia. Sementara itu Distributor atau disebut juga sebagai *sole agent* atau Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) merupakan kelembagaan yang menjual komoditi mobil secara *wholesale*. Distributor tersebut hanya berlokasi di Provinsi DKI Jakarta. Sedangkan Dealer (termasuk main dealer dan showroom) merupakan fungsi lembaga penjualan yang mendistribusikan komoditi secara retail atau eceran. Dealer mobil tersebar di seluruh wilayah kabupaten/kota di Indonesia.

Hasil survei menunjukkan bahwa importir mendapatkan hasil produksi komoditi mobil baru dengan mengimpor langsung dari produsen, kemudian mendistribusikan MPV ke distributor, dealer, dan konsumen akhir yaitu pemerintah dan lembaga nirlaba serta rumah tangga. Pendistribusian terbesar dari importir adalah ke distributor yaitu sebanyak 39,61 persen, sedangkan pendistribusian ke dealer adalah sebesar 17,23 persen. Sementara itu dealer yang memperoleh pasokan komoditi dari importir dan distributor, mendistribusikan komoditinya ke sesama dealer dan ke konsumen akhir. Pendistribusian komoditi dari dealer ke sesama dealer adalah sebesar 21,92 persen, sisanya sebanyak 78,08 dijual langsung secara eceran ke konsumen akhir baik sebagai kendaraan operasional maupun sebagai kendaraan pribadi. Rumah tangga merupakan konsumen akhir yang mendapatkan pendistribusian MPV terbesar dari dealer. Gambar 5 menunjukkan gambaran pola distribusi perdagangan MPV di Indonesia. Pola penjualan berupa garis putus-putus dari produsen ke distributor dan dari distributor ke dealer, informasinya diperoleh dari pola penjualan produksi dan asal pembelian distributor.



Gambar 5. Pola Distribusi Perdagangan Mobil MPV di Indonesia

1.3. Margin Perdagangan dan Pengangkutan

Berdasarkan hasil survei pola distribusi mobil baru kategori MPV, diperoleh margin perdagangan dan pengangkutan pada tahun 2011 komoditi mobil baru kategori MPV skala nasional adalah sebagai berikut.

Tabel 9. Margin Perdagangan dan Pengangkutan Mobil Baru Kategori MPV di Indonesia

Uraian	Pedagang Besar (PB)	Pedagang Eceran (PE)	Pedagang Besar dan Pedagang Eceran (PB+PE)
(1)	(2)	(3)	(4)
Rata-rata Nilai Penjualan (000 Rp)	183.528.000	450.513.460	447.162.178
Rata-rata Nilai Pembelian (000 Rp)	156.048.000	387.269.896	384.367.529
Rata-rata Margin Perdagangan dan Pengangkutan (000 Rp)	27.480.000	63.243.563	62.794.648
Rasio Margin (%)	17,61	16,33	16,34

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh informasi bahwa rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PB mobil baru adalah sekitar Rp27,48 miliar dengan rasio margin sebesar 17,61 persen, artinya pedagang besar mobil baru kategori MPV mengambil keuntungan rata-rata sebesar 17,61 persen. Rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PE mobil baru adalah sekitar Rp63,24 miliar dengan rasio margin sebesar 16,33 persen, artinya pedagang mobil baru kategori MPV yang menjual komoditi secara retail mengambil keuntungan rata-rata sebesar 16,33 persen. Jika digabung, rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk pedagang besar dan pedagang eceran adalah sekitar Rp62,79 miliar dengan rasio margin sebesar 16,34 persen, artinya pedagang mobil baru kategori MPV mengambil keuntungan rata-rata sebesar 16,34 persen.

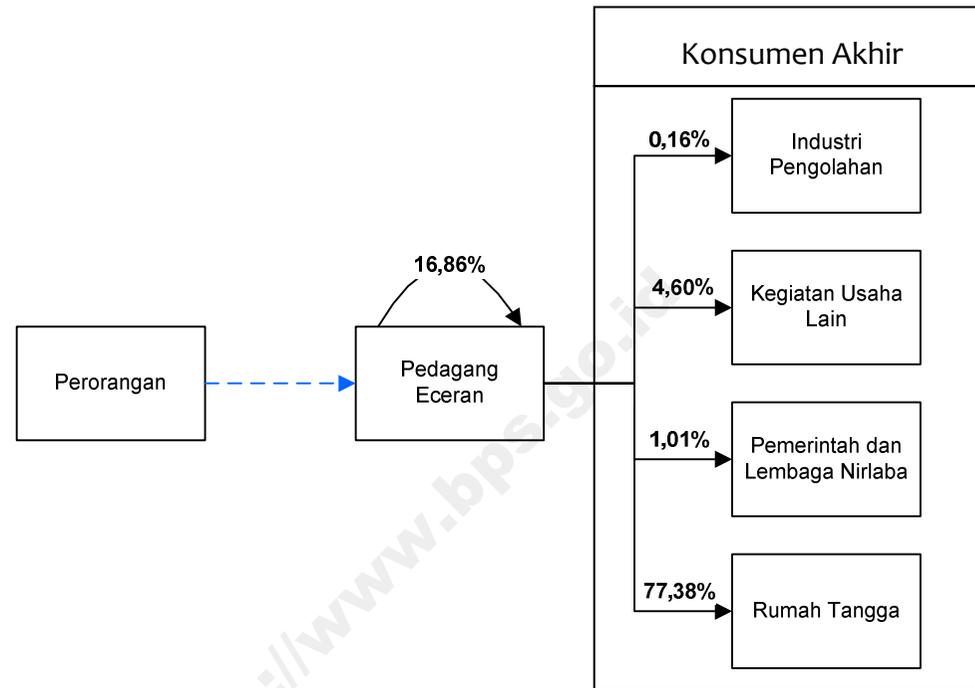
2. Distribusi Perdagangan Mobil Bekas Kategori MPV

Survei pola distribusi perdagangan mobil bekas jenis MPV dilaksanakan di seluruh wilayah provinsi di Indonesia kecuali Provinsi Maluku, dan meliputi 130 kabupaten/kota.

2.1. Pola Distribusi Perdagangan Mobil Bekas Kategori MPV

Fungsi kelembagaan yang berperan dalam sistem penjualan mobil bekas adalah: Perorangan dan Pedagang eceran. Perorangan merupakan masyarakat atau orang perorang yang menjual komoditi MPV karena alasan khusus, misalnya alasan finansial, lifestyle, dan sebagainya. Sedangkan pedagang kendaraan bermotor eceran merupakan bentuk usaha yang menjual komoditi mobil bekas kategori MPV dengan tujuan profit (keuntungan). Berdasarkan hasil survei maka terbentuk gambaran pola distribusi mobil bekas kategori MPV skala nasional seperti pada gambar 6.

Pedagang kendaraan bermotor eceran komoditi mobil bekas kategori MPV mendapatkan komoditinya dari perorangan dan dari sesama pedagang eceran. Pedagang tersebut kemudian mendistribusikan komoditinya ke sesama pedagang eceran dan konsumen akhir. Pendistribusian komoditi mobil bekas kategori MPV ke sesama pedagang adalah sebanyak 16,86 persen dan sisanya sebanyak 83,14 persen dijual ke konsumen akhir yang digunakan sebagai kendaraan operasional maupun kendaraan pribadi. Pendistribusian terbesar dari pedagang kendaraan bermotor komoditi mobil bekas kategori MPV adalah ke rumah tangga, yaitu sebanyak 77,38 persen.



Gambar 6. Pola Distribusi Perdagangan Mobil Bekas Kategori MPV di Indonesia

2.2. Margin Perdagangan dan Pengangkutan

Berdasarkan hasil survei pola distribusi komoditi mobil bekas kategori MPV, terlihat margin perdagangan dan pengangkutan secara nasional adalah sebagai berikut.

Tabel 10. Margin Perdagangan dan Pengangkutan Mobil Bekas Kategori MPV di Indonesia

Uraian	Nilai
(1)	(2)
Rata-rata Nilai Penjualan (000 Rp)	8.459.609
Rata-rata Nilai Pembelian (000 Rp)	6.815.113
Rata-rata Margin Perdagangan dan Pengangkutan (000 Rp)	1.644.496
Rasio Margin (%)	24,13

Berdasarkan Tabel 10, diperoleh informasi bahwa rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan lembaga usaha dealer mobil bekas MPV adalah sekitar Rp1,64 miliar dengan rasio margin sebesar 24,13 persen, artinya dealer mobil bekas kategori MPV yang menjual komoditi secara retail mengambil keuntungan rata-rata sebesar 24,13 persen.

<http://www.bps.go.id>



**KOMODITI
SEPEDA MOTOR**

<http://www.pp.go.id>

D. KOMODITI SEPEDA MOTOR

Penggunaan sepeda motor sebagai alat transportasi di Indonesia semakin meningkat, hal ini disebabkan karena harga sepeda motor yang relatif terjangkau, penggunaan bahan bakarnya lebih irit serta biaya operasionalnya yang relatif rendah. Sepeda motor adalah kendaraan beroda dua dan tiga yang bertenagakan sebuah mesin. Rodanya sebaris, dan pada saat berkecepatan tinggi sepeda motor tetap tidak terbalik dan stabil karena adanya gaya giroskopik.

Pada Tabel 11. dapat dilihat produksi dan penjualan sepeda motor dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) yang relatif menunjukkan angka yang meningkat setiap tahunnya.

Tabel 11. Perkembangan Jumlah Produksi dan Penjualan Sepeda Motor Tahun 1996-2011

Tahun	Produksi	Penjualan		Tahun	Produksi	Penjualan	
		Domestik	Ekspor			Domestik	Ekspor
1996	1.425.373	1.376.647	50.255	2004	3.897.250	3.898.744	1.774
1997	1.861.111	1.801.090	51.816	2005	5.113.487	5.074.186	15.308
1998	519.404	433.551	84.363	2006	4.458.886	4.428.274	42.448
1999	571.953	487.751	99.651	2007	4.722.521	4.688.263	25.632
2000	982.38	864.144	115.278	2008	6.264.265	6.215.831	64.968
2001	1.644.133	1.575.822	74.948	2009	5.884.021	5.881.777	29.815
2002	2.318.241	2.265.474	52.517	2010	7.395.390	7.398.644	29.395
2003	2.814.054	2.809.896	13.806	2011	8.006.293	8.043.535	31.357

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia

Hasil Survei BPS (Industri Besar Sedang) Tahun 2010, wilayah produksi sepeda motor di Indonesia tersebar di 5 (lima) provinsi, yakni Provinsi DKI Jakarta (Kota Administrasi Jakarta Utara dan Jakarta Timur), Provinsi Jawa Barat (Kabupaten Bekasi, Kota Bekasi dan Kabupaten Bogor), Provinsi Jawa Tengah (Kota Semarang dan Kabupaten Kendal), Provinsi Jawa Timur (Kabupaten Malang dan Kabupaten Pasuruan), serta Provinsi Banten (Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang dan Kabupaten Serang). Peta wilayah produksi sepeda motor di 5 (lima) provinsi tersebut disajikan pada gambar berikut:



Gambar 7. Peta Wilayah Produksi Sepeda Motor di Indonesia

Adapun jenis sepeda motor yang diteliti dalam survei pola distribusi perdagangan 2012 ini adalah sepeda motor jenis motor bebek, dimana jenis motor ini sangat mendominasi segmen pasar sepeda motor di Indonesia. Unit penelitian terdiri dari jenis motor bebek baru dan jenis motor bebek bekas dengan dua jenis unit sampel, yaitu produsen dan pedagang.

Survei dengan unit sampel produsen sepeda motor bebek jenis motor baru dilakukan di 4 provinsi, yakni Provinsi DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Banten. Sedangkan survei dengan unit sampel pedagang sepeda motor baru dan sepeda motor bekas dilakukan di seluruh provinsi.

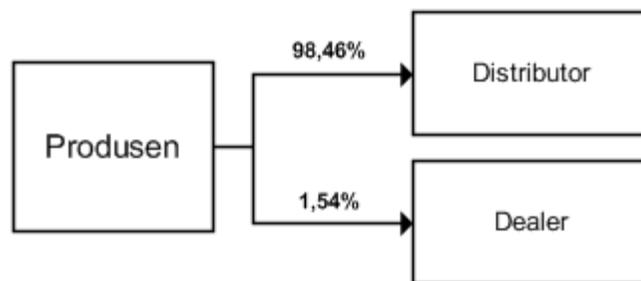
1. SEPEDA MOTOR BARU

1.1. Penjualan Produksi dan Distribusi Perdagangan Sepeda Motor Baru

Survei pola distribusi perdagangan sepeda motor baru jenis bebek dilaksanakan di 159 Kabupaten/Kota seluruh provinsi di Indonesia. Sedangkan wilayah yang dialokasikan sebagai sampel distribusi perdagangan terdapat di 142 Kabupaten/Kota di 33 provinsi.

1.2. Pola Penjualan Produksi Sepeda Motor Baru

Produsen sepeda motor baru di wilayah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Banten mendistribusikan komoditi sepeda motor baru tersebut melalui dua lembaga usaha perdagangan, yakni melalui Distributor dan Dealer. Besarnya pasokan sepeda motor baru yang terdistribusi dari produsen ke distributor dan dealer masing-masing adalah sebesar 98,46 persen dan 1,54 persen. Pola penjualan produksi sepeda motor baru secara nasional ini dapat digambarkan secara sederhana sebagai berikut:



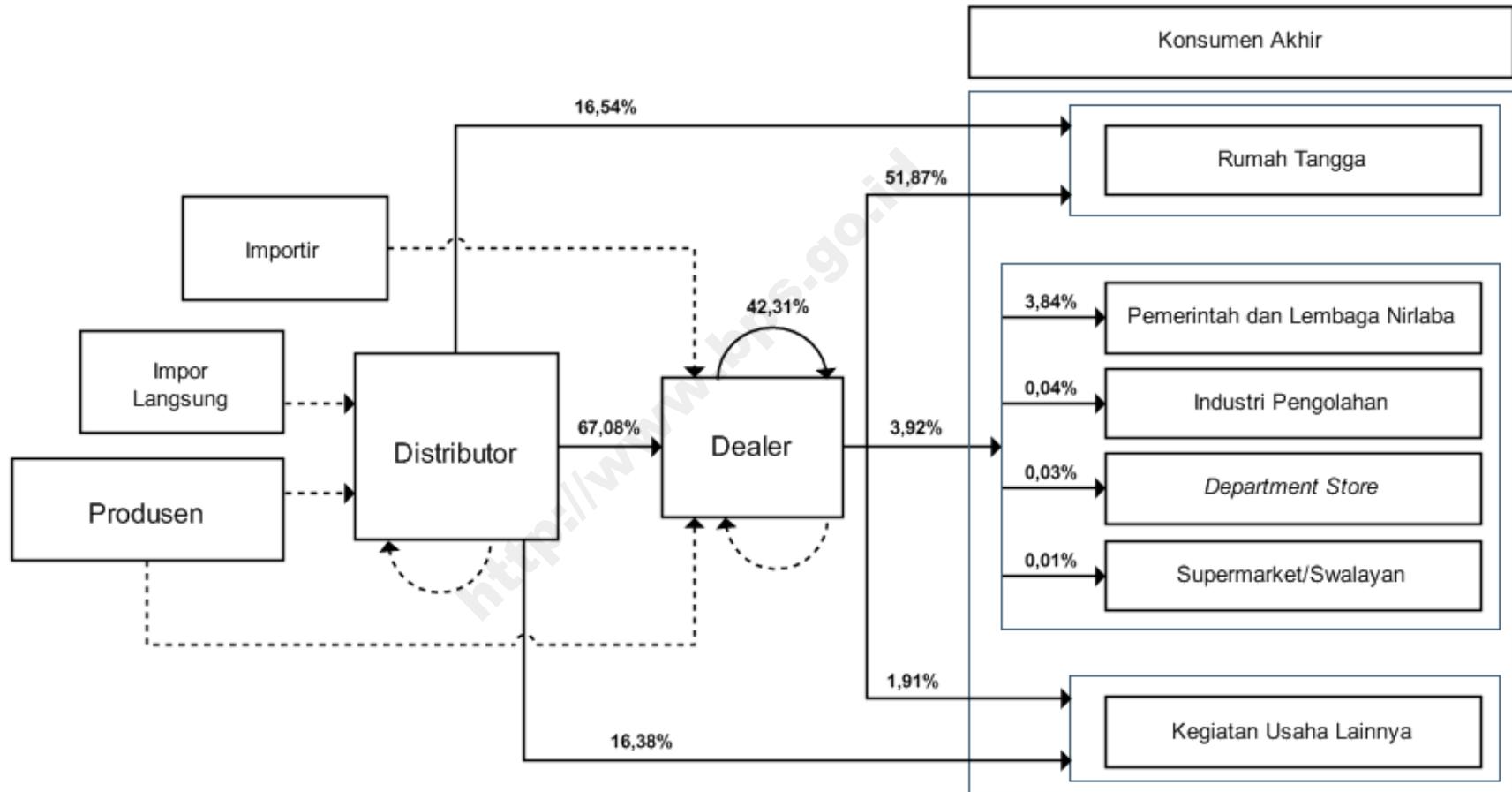
Gambar 8. Pola Penjualan Produksi Sepeda Motor Baru Nasional

1.3. Pola Distribusi Perdagangan Sepeda Motor Baru

Berdasarkan hasil survei di 33 Provinsi dengan 142 Kabupaten/Kota, terlihat gambaran nasional mengenai alur distribusi perdagangan komoditi sepeda motor baru di Indonesia. Sepeda motor baru yang dibeli distributor dari produsen atau dari distributor lainnya, atau melakukan impor langsung dari luar negeri, didistribusikan kembali oleh distributor ke dealer dan konsumen akhir, seperti rumah tangga dan kegiatan usaha lainnya. Pasokan sepeda motor baru yang terdistribusi dari distributor ke dealer adalah yang terbesar, yakni mencapai 67,08 persen, sementara sisanya terdistribusi langsung dari distributor ke kegiatan usaha lainnya (16,38%) dan juga ke rumah tangga (16,54%).

Dealer yang mendapatkan pasokan sepeda motor baru dari distributor, dari produsen, dari importir dan dealer yang lain, mendistribusikan pasokan tersebut ke konsumen akhir, yang terdiri dari: rumah tangga, pemerintah dan lembaga nirlaba, industri pengolahan, *department store*, supermarket/swalayan dan kegiatan usaha lainnya. Rumah tangga merupakan konsumen akhir dengan tujuan penjualan terbesar dari pasokan sepeda motor baru yang terdapat pada dealer, yakni mencapai 51,87 persen, disusul pemerintah dan lembaga nirlaba serta kegiatan usaha lainnya yang menjadi tujuan penjualan berikutnya, yakni masing-masing sebesar 3,84 persen dan 1,91 persen. Sedangkan sisa pasokan sepeda motor baru pada dealer digunakan untuk mencukupi permintaan dari industri

pengolahan, *department store* dan supermarket/swalayan, yakni masing-masing sebesar 0,04 persen, 0,03 persen dan 0,01 persen. Pola yang menggambarkan alur distribusi perdagangan sepeda motor baru di Indonesia secara lebih jelas disajikan pada gambar di bawah ini.



Gambar 9. Pola Distribusi Perdagangan Komoditi Sepeda Motor Baru Nasional

1.4. Margin Perdagangan Dan Pengangkutan (MPP)

Berdasarkan hasil survei, diperoleh data margin perdagangan dan pengangkutan sepeda motor baru di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 12. Margin Perdagangan dan Pengangkutan Sepeda Motor Baru di Indonesia

Uraian	Pedagang Besar (PB)	Pedagang Eceran (PE)	Pedagang Besar dan Pedagang Eceran (PB+PE)
(1)	(2)	(3)	(4)
Rata-rata Nilai Penjualan (000 Rp)	18.115.896	26.831.564	26.754.661
Rata-rata Nilai Pembelian (000 Rp)	17.121.653	23.595.859	23.538.734
Rata-rata Margin Perdagangan dan Pengangkutan (000 Rp)	994.242	3.235.704	3.215.927
Rasio Margin (%)	5,81	13,71	13,66

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PB sepeda motor baru adalah sekitar Rp994,24 juta dengan rasio margin sebesar 5,81 persen, artinya pedagang besar mengambil keuntungan rata-rata sebesar 5,81 persen. Rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PE sepeda motor baru adalah sekitar Rp3,24 miliar dengan rasio margin sebesar 13,71 persen, artinya pedagang eceran mengambil keuntungan rata-rata sebesar 13,71 persen. Jika digabung, rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk pedagang besar dan pedagang eceran adalah sekitar Rp3,22 miliar dengan rasio margin sebesar 13,66 persen, artinya pedagang sepeda motor baru mengambil keuntungan rata-rata sebesar 13,66 persen.

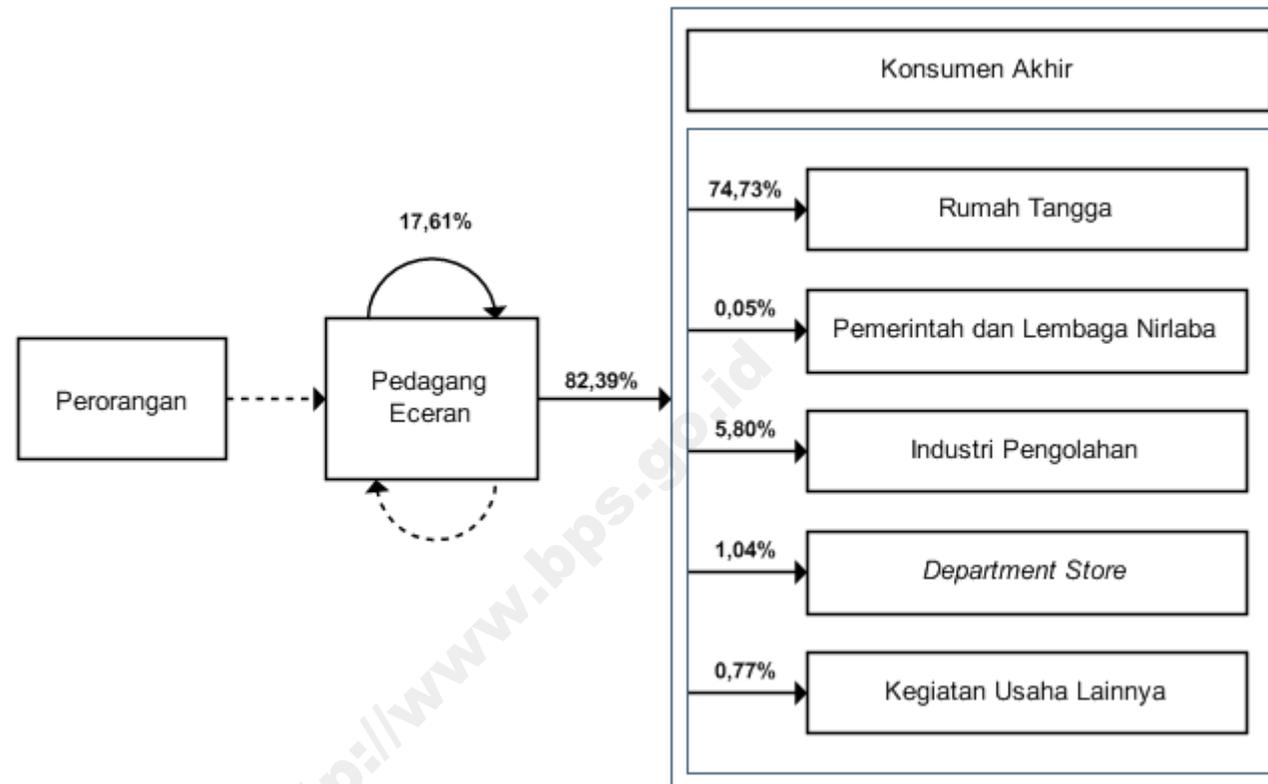
2. SEPEDA MOTOR BEKAS

2.1. Distribusi Perdagangan Sepeda Motor Bekas

Survei pola distribusi perdagangan sepeda motor baru jenis bebek dilaksanakan di 159 Kabupaten/Kota di seluruh provinsi di Indonesia. Sedangkan wilayah yang dialokasikan sebagai sampel distribusi perdagangan sepeda motor bekas terdapat di 135 Kabupaten/Kota di 33 provinsi.

2.2. Pola Distribusi Perdagangan Sepeda Motor Bekas

Berdasarkan hasil survei di 33 Provinsi dengan 135 Kabupaten/Kota, terlihat gambaran nasional mengenai alur distribusi perdagangan komoditi sepeda motor bekas di Indonesia. Sepeda motor bekas yang diperoleh pedagang eceran dengan melakukan pembelian langsung ke perorangan dan juga dari sesama pedagang eceran, didistribusikan kembali seluruhnya ke pedagang eceran yang lain dan konsumen akhir, seperti rumah tangga, pemerintah dan lembaga nirlaba, industri pengolahan, *department store* dan kegiatan usaha lainnya. Pasokan sepeda motor bekas yang didistribusikan ke pedagang eceran yang lain sebesar 17,61 persen, sedangkan sebagian lainnya, yakni sebesar 82,39 persen dijual kembali ke konsumen akhir secara langsung. Adapun besarnya pasokan sepeda motor bekas yang terdistribusi ke konsumen akhir adalah sebagai berikut: rumah tangga (74,73%), industri pengolahan (5,80%), *department store* (1,04%), kegiatan usaha lainnya (0,77%), serta pemerintah dan lembaga nirlaba (0,05%). Pola yang menggambarkan alur distribusi perdagangan komoditi sepeda motor bekas di Indonesia disajikan pada gambar di bawah ini.



Gambar 10. Pola Distribusi Perdagangan Komoditi Sepeda Motor Bekas Nasional

2.3. Margin Perdagangan Dan Pengangkutan (MPP)

Berdasarkan hasil survei, diperoleh data margin perdagangan dan pengangkutan sepeda motor bekas di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 13. Margin Perdagangan dan Pengangkutan Sepeda Motor Bekas di Indonesia

Uraian	Pedagang Eceran (PE)
(1)	(2)
Rata-rata Nilai Penjualan (000 Rp)	1.925.950
Rata-rata Nilai Pembelian (000 Rp)	1.578.418
Rata-rata Margin Perdagangan dan Pengangkutan (000 Rp)	347.531
Rasio Margin (%)	22,02

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PE sepeda motor baru adalah sekitar Rp347,53 juta dengan rasio margin sebesar 22,02 persen, artinya pedagang eceran sepeda motor baru mengambil keuntungan rata-rata sebesar 22,02 persen.

<http://www.bps.go.id>

KOMODITI PAKAIAN DEWASA

<http://www.ppt.id>

E. PAKAIAN DEWASA

Pakaian (sandang) adalah salah satu kebutuhan pokok manusia di samping makanan (pangan) dan tempat tinggal (papan). Selain berfungsi menutup tubuh, pakaian juga dapat merupakan pernyataan lambang status seseorang dalam masyarakat. Sebab berpakaian ternyata merupakan perwujudan dari sifat dasar manusia yang mempunyai rasa malu sehingga berusaha selalu menutupi tubuhnya.

Dalam bahasa Indonesia, kata pakaian sering disamakan dengan kata busana. Namun demikian pengertian busana dan pakaian terdapat sedikit perbedaan, dimana busana mempunyai konotasi “pakaian yang bagus atau indah” yaitu pakaian yang serasi, harmonis, selaras, enak di pandang, nyaman melihatnya, cocok dengan pemakai serta sesuai dengan kesempatan. Sedangkan pakaian adalah bagian dari busana itu sendiri.

Busana dalam pengertian luas adalah segala sesuatu yang dipakai mulai dari kepala sampai ujung kaki yang memberi kenyamanan dan menampilkan keindahan bagi si pemakai. Secara garis besar busana meliputi :

1. Busana mutlak yaitu busana yang tergolong busana pokok seperti baju, rok, kebaya, blus, bebe dan lain-lain, termasuk pakaian dalam seperti singlet, bra, celana dalam dan lain sebagainya.
2. Milineris yaitu pelengkap busana yang sifatnya melengkapi busana mutlak, serta mempunyai nilai guna disamping juga untuk keindahan seperti sepatu, tas, topi, kaus kaki, kaca mata, selendang, scraf, shawl, jam tangan dan lain-lain.
3. Aksesoris yaitu pelengkap busana yang sifatnya hanya untuk menambah keindahan sipemakai seperti cincin, kalung, leontin, brooch dan lain sebagainya.

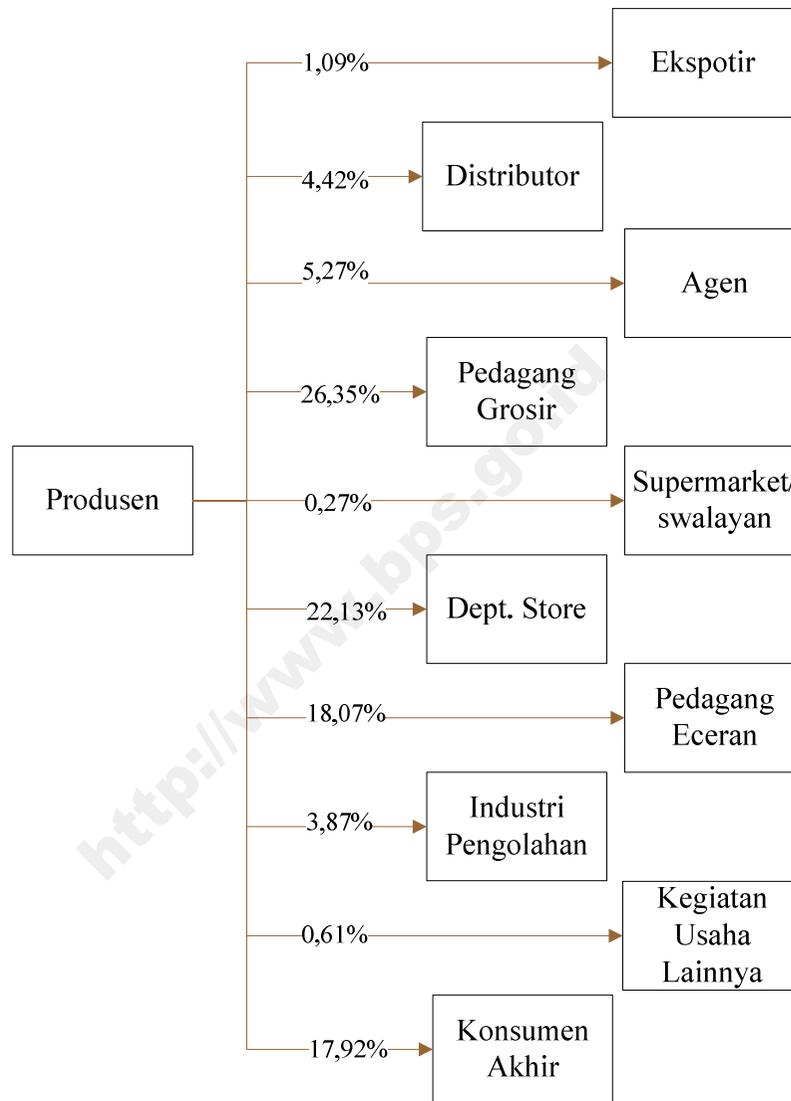
Dari uraian di atas jelaslah bahwa terdapat perbedaan antara busana dan pakaian. Busana merupakan kesatuan dari keseluruhan yang kita pakai mulai dari kepala sampai ke ujung kaki, baik yang sifatnya pokok maupun sebagai pelengkap yang bernilai guna atau untuk perhiasan sedangkan pakaian merupakan bagian dari busana itu sendiri, seperti rok, blus atau celana saja.

Kajian berikut menyajikan distribusi perdagangan pakaian dewasa mulai dari produsen, pedagang hingga komoditi tersebut sampai ke konsumen rumah tangga. Ulasan didasarkan atas hasil survei yang dilaksanakan di seluruh wilayah Indonesia. Tetapi karena keterbatasan jumlah sampel dan daerah produksi pakaian dewasa, maka survei komoditi tersebut hanya dilakukan di Provinsi.

Distribusi Perdagangan Pakaian Dewasa di Indonesia

1. Pola Penjualan Produksi Pakaian Dewasa di Indonesia

Berdasarkan hasil survei, diperoleh informasi bahwa produsen pakaian dewasa memperoleh bahan baku pembuatan pakaian dewasa baik dari importir, impor langsung, hasil produksi produsen sendiri, produsen lain, distributor, agen, pedagang grosir, maupun dari pedagang eceran. Produsen pakaian dewasa tersebut kemudian mendistribusikan hasil produksinya tersebut melalui beberapa lembaga usaha perdagangan, yaitu melalui eksportir (1,09%), distributor (4,42%), agen (5,27%), pedagang grosir (26,35%), supermarket/swalayan (0,27%), *department store* (22,13%), pedagang eceran (18,07%), industri pengolahan (3,87%), kegiatan usaha lainnya (0,61%), dan konsumen akhir (17,92%). Yang dimaksud industri pengolahan dalam hal ini adalah industri yang memanfaatkan produk pakaian jadi dari produsen untuk digunakan sebagai bahan baku untuk proses selanjutnya, seperti industri penyulaman untuk menghias baju agar menjadi lebih indah. Sedangkan yang dimaksud dengan kegiatan usaha lain adalah unit kegiatan usaha, seperti : hotel, rumah makan, bioskop, dsb yang memakai produk pakaian jadi dewasa tersebut untuk digunakan sebagai seragam karyawannya. Sementara itu, yang termasuk dalam kategori konsumen akhir adalah rumah tangga, pemerintah, serta lembaga usaha nirlaba. Pola penjualan produksi komoditi pakaian dewasa di Indonesia secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 11. Pola Penjualan Produksi Pakaian Dewasa di Indonesia

2. Pola Distribusi Perdagangan Pakaian Dewasa di Indonesia

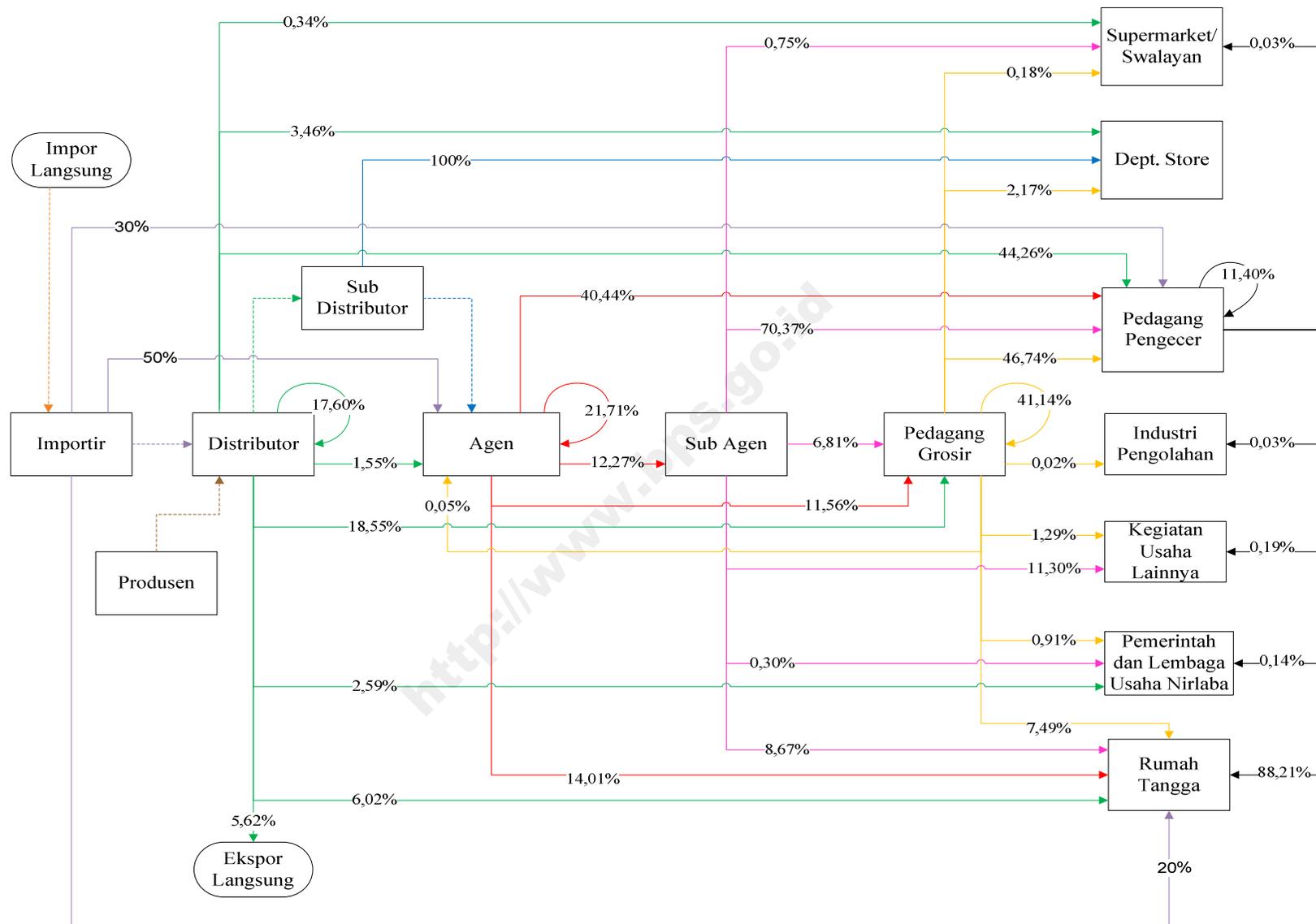
Dari hasil survei, diperoleh informasi bahwa importir mendapatkan barang dagangannya dengan cara mengimpor secara langsung dari negara asalnya. Importir kemudian mendistribusikan setengah dari pasokan pakaian dewasanya ke agen. Sedangkan sisanya sebesar 30 persen dan 20 persen didistribusikan kepada pedagang pengecer dan rumah tangga.

Distributor mendapatkan barang dagangannya dari produsen dan importir. Distributor kemudian mendistribusikan sebagian besar pasokan pakaian dewasanya ke pedagang eceran, yaitu sebesar 44,26 persen. Sedangkan sisanya didistribusikan ke sesama distributor (17,60%), agen (1,55%), pedagang grosir (18,55%), supermarket/swalayan (0,34%), *department store* (3,46%), pemerintah dan lembaga nirlaba (2,59%), serta rumah tangga (6,02%). Distributor juga ada yang mengeksport langsung barangnya ke luar negeri, yaitu sebesar 5,62 persen. Sementara itu, sub distributor selanjutnya mendistribusikan seluruh barang dagangannya ke *department store*.

Agen mendapatkan barang dagangannya dari produsen, distributor, sub distributor, maupun dari sesama agen lain. Agen kemudian mendistribusikan sebagian besar pasokan pakaian dewasanya ke pedagang eceran, yaitu sebesar 40,44 persen. Sedangkan sisanya didistribusikan ke sesama agen (21,71%), sub agen (12,27%), pedagang grosir (11,56%), dan rumah tangga (14,01%). Sub agen selanjutnya mendistribusikan pasokan pakaian dewasa yang didapatnya dari agen kepada pedagang grosir (8,61%), supermarket/swalayan (0,75%), pedagang eceran (70,37%), kegiatan usaha lainnya (11,30%), pemerintah dan lembaga nirlaba (0,30%), serta rumah tangga (8,67%).

Pola penjualan berupa garis putus-putus dari importir dan produsen ke distributor, dari distributor ke sub distributor, serta dari sub distributor ke agen, informasinya diperoleh dari asal pembelian distributor, sub distributor, dan agen. Hal ini disebabkan sampel dari ketiga lembaga usaha tersebut yang sedikit sehingga informasi yang diperoleh kurang lengkap.

Pedagang grosir mendistribusikan sebagian besar pasokan pakaian dewasa yang diperolehnya ke pedagang eceran, yaitu sebesar 46,74 persen. Sedangkan sisanya didistribusikan ke sesama pedagang grosir (41,14%), agen (0,05%), supermarket/swalayan (0,18%), *department store* (2,17%), industri pengolahan (0,02%), kegiatan usaha lainnya (1,29%), pemerintah dan lembaga nirlaba (0,91%), serta rumah tangga (7,49%). Pedagang eceran selanjutnya mendistribusikan pasokan pakaian dewasanya ke sesama pedagang eceran (11,40%), *supermarket/swalayan* (0,03%), industri pengolahan (0,03%), kegiatan usaha lainnya (0,19%), pemerintah dan lembaga nirlaba (0,14%), serta rumah tangga (88,21%).



Gambar 12. Pola Distribusi Perdagangan Pakaian Dewasa di Indonesia

3. Margin Perdagangan dan Pengangkutan (MPP)

Berdasarkan hasil survei, diperoleh data margin perdagangan dan pengangkutan di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 14. Margin perdagangan dan Pengangkutan Pakaian Dewasa di Indonesia

Uraian	Pedagang Besar (PB)	Pedagang Eceran (PE)	Pedagang Besar dan Pedagang Eceran (PB+PE)
(1)	(2)	(3)	(4)
Rata-rata Nilai Penjualan (000 Rp)	1,860,555	782,932	1,364,677
Rata-rata Nilai Pembelian (000 Rp)	1,471,818	537,737	1,041,992
Rata-rata Margin Perdagangan dan Pengangkutan (000 Rp)	388,737	245,195	322,685
Rasio Margin (%)	26.41	45.60	30.97

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PB pakaian dewasa adalah sekitar Rp 388.74 juta dengan rasio margin sebesar 26.41 persen, artinya pedagang besar mengambil keuntungan rata-rata sebesar 26.41 persen. Rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PE pakaian dewasa adalah sekitar Rp 245.2 juta dengan rasio margin sebesar 45.6 persen, artinya pedagang eceran mengambil keuntungan rata-rata sebesar 45.6 persen. Jika digabung, rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk pedagang besar dan pedagang eceran adalah sekitar Rp 322.68 juta dengan rasio margin sebesar 30.97 persen, artinya pedagang pakaian dewasa mengambil keuntungan rata-rata sebesar 30.97 persen.

KOMODITI PAKAIAN ANAK

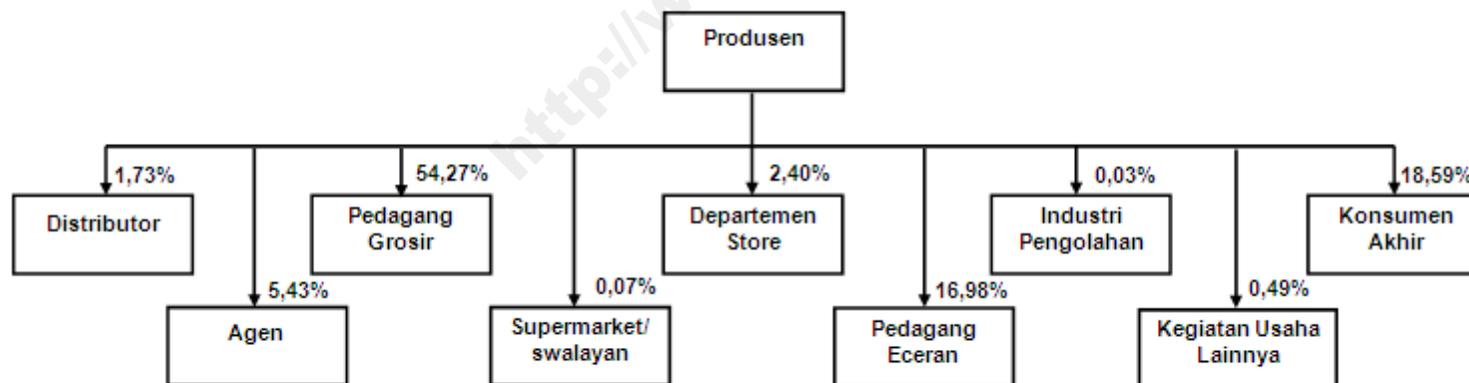
<http://www.pbb.go.id>

F. Komoditi Pakaian Anak

Ulasan berikut merupakan hasil survei di beberapa provinsi dengan responden produsen dan pedagang pakaian anak. Provinsi yang menjadi wilayah cakupan survei untuk pedagang pakaian anak meliputi seluruh provinsi di Indonesia, kecuali Provinsi Sulawesi Utara yang tidak terdapat alokasi sampel di dalamnya. Sedangkan wilayah cakupan survei yang hanya mencakup produsen pakaian anak saja meliputi seluruh provinsi di Indonesia kecuali Provinsi Aceh, Riau, Jambi, Kep. Riau, Nusa Tenggara Timur, Maluku Utara, Papua Barat, dan Papua, karena tidak ditemukan alokasi sampel di dalamnya.

1.1. Pola Penjualan Produksi

Secara umum, produsen pakaian anak di seluruh Indonesia menjual hasil produksinya ke hampir semua level fungsi kelembagaan pedagang. Porsi penjualan terbesar dari produsen pakaian anak adalah ke pedagang grosir (54,27%). Porsi sisanya adalah penjualan ke distributor (1,73%), agen (5,43%), supermarket/swalayan (0,07%), departemen store (2,40%), pedagang eceran (16,98%), industri pengolahan (0,03%), kegiatan usaha lainnya (0,49%), dan konsumen akhir (18,59%).



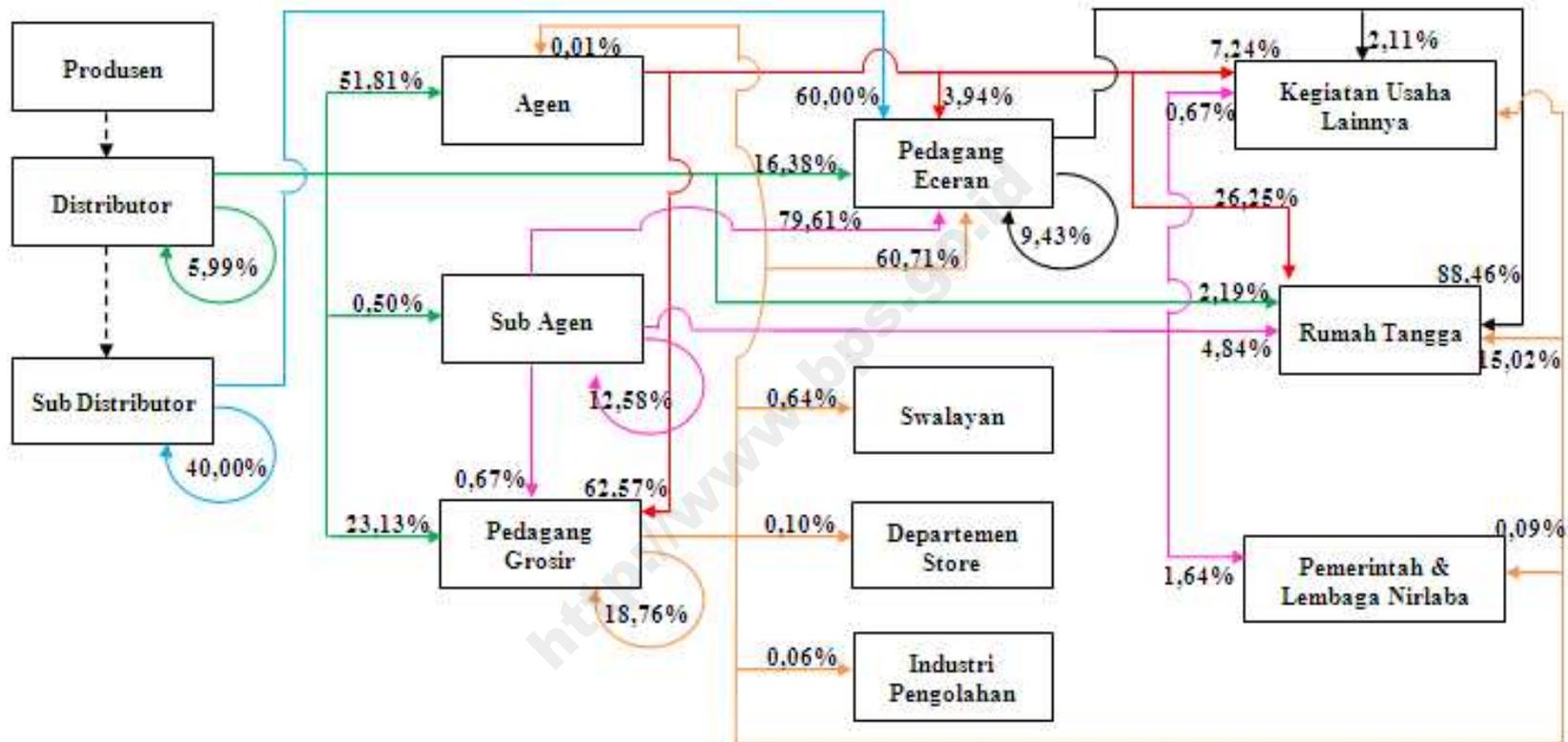
Gambar 13. Pola Penjualan Produksi Pakaian Anak di Indonesia

1.2. Pola Distribusi Perdagangan

Pola distribusi perdagangan pakaian anak pada skala nasional relatif cukup rumit. Hal ini dapat disebabkan karena pakaian anak merupakan komoditi dengan fungsi kelembagaan pedagang yang tidak terikat dengan suatu ketentuan yang berlaku, terkait dengan sasaran konsumen dan jumlah barang dagangan yang dijual. Sehingga dapat terjadi pedagang dengan fungsi kelembagaan yang rendah dapat saja menjual ke pedagang yang lebih tinggi tingkatannya dalam fungsi kelembagaan.

Pedagang pakaian anak yang berkedudukan sebagai distributor mendapatkan pasokan barang dagangan langsung dari produsen. Dari distributor, pakaian didistribusikan ke agen (51,81%), sub agen (0,50%), pedagang grosir (23,13%), pedagang eceran (16,38%), rumah tangga (2,19%), dan ada juga yang ke sesama distributor (5,99%). Kemudian oleh agen, pakaian anak didistribusikan kembali ke pedagang grosir (62,57%), pedagang eceran (3,94%), kegiatan usaha lainnya (7,24%), dan ke rumah tangga (26,25%). Dari pedagang grosir, pakaian anak dijual ke swalayan (0,64%), departemen store (0,10%), kegiatan usaha lainnya (4,62%), industri pengolahan (0,06%), pemerintah dan lembaga nirlaba (0,09%), rumah tangga (15,02%), sebagian besar ke pedagang eceran (60,71%), dan ada juga yang dijual ke agen (0,01%).

Sementara itu, pedagang pakaian anak yang berkedudukan sebagai sub distributor mendistribusikan barang dagangannya ke pedagang eceran (60%) dan ke sesama sub distributor (40%). Informasi yang didapat dari tabel pembelian, barang dagangan milik sub distributor berasal dari distributor. Sedangkan dari sub agen, pakaian anak didistribusikan ke pedagang grosir (0,67%), kegiatan usaha lainnya (0,67%), pemerintah dan lembaga nirlaba (1,64%), rumah tangga (4,84%), sebagian besar ke pedagang eceran (79,61%), dan ada yang dijual ke sesama sub agen (12,58%). Kemudian pedagang eceran menjual pakaian anak sebagian besar langsung ke rumah tangga (88,46%), dan sisanya ke sesama pedagang eceran (9,43%), serta kegiatan usaha lainnya (2,11%). Selengkapnya pola distribusi perdagangan pakaian anak di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 14.



Gambar 14. Pola Distribusi Perdagangan Pakaian Anak di Indonesia

1.3. Marjin Perdagangan Dan Pengangkutan (MPP)

Berdasarkan hasil survei diperoleh data margin perdagangan dan pengangkutan komoditi pakaian anak di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 15. Margin Perdagangan dan Pengangkutan Pakaian Anak di Indonesia

Uraian	Pedagang Besar (PB)	Pedagang Eceran (PE)	PB+PE
(1)	(2)	(3)	(4)
Rata-rata Nilai Penjualan (000 Rp)	793.754	329.382	652.216
Rata-rata Nilai Pembelian (000 Rp)	637.105	246.962	518.191
Rata-rata Margin Perdagangan dan Pengangkutan (000 Rp)	156.649	82.420	134.024
Rasio Margin (%)	24,59	33,37	25,86

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PB pakaian anak adalah sekitar Rp156,65 juta dengan rasio margin sebesar 24,59 persen, artinya pedagang besar mengambil keuntungan rata-rata sebesar 24,59 persen. Rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PE pakaian anak adalah sekitar Rp82,42 juta dengan rasio margin sebesar 33,37 persen, artinya pedagang eceran mengambil keuntungan rata-rata sebesar 33,37 persen. Jika digabung, rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk pedagang besar dan pedagang eceran adalah sekitar Rp134,02 juta dengan rasio margin sebesar 25,86 persen, artinya pedagang pakaian anak mengambil keuntungan rata-rata sebesar 25,86 persen.



**KOMODITI
KAIN BATIK**

<http://www.ppp.go.id>

G. Komoditi Kain Batik

Batik secara historis berasal dari zaman nenek moyang yang dikenal sejak abad XVII yang ditulis dan dilukis pada daun lontar. Saat itu motif atau pola batik masih didominasi dengan bentuk binatang dan tanaman. Namun dalam sejarah perkembangannya batik mengalami perkembangan, yaitu dari corak-corak lukisan binatang dan tanaman lambat laun beralih pada motif abstrak yang menyerupai awan, relief candi, wayang beber dan sebagainya. Selanjutnya melalui penggabungan corak lukisan dengan seni dekorasi pakaian, muncul seni batik tulis seperti yang kita kenal sekarang ini.

Jenis dan corak batik tradisional tergolong amat banyak, namun corak dan variasinya sesuai dengan filosofi dan budaya masing-masing daerah yang amat beragam. Khasanah budaya Bangsa Indonesia yang demikian kaya telah mendorong lahirnya berbagai corak dan jenis batik tradisional dengan ciri kekhususannya sendiri.

Sejarah pembatikan di Indonesia berkaitan dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan kerajaan sesudahnya. Dalam beberapa catatan, pengembangan batik banyak dilakukan pada masa-masa kerajaan Mataram, kemudian pada masa kerajaan Solo dan Yogyakarta.

Kesenian batik merupakan kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dulu. Awalnya batik dikerjakan hanya terbatas dalam kraton saja dan hasilnya untuk pakaian raja dan keluarga serta para pengikutnya. Oleh karena banyak dari pengikut raja yang tinggal diluar kraton, maka kesenian batik ini dibawa oleh mereka keluar kraton dan dikerjakan ditempatnya masing-masing.

Dalam perkembangannya lambat laun kesenian batik ini ditiru oleh rakyat terdekat dan selanjutnya meluas menjadi pekerjaan kaum wanita dalam rumah tangganya untuk mengisi waktu senggang. Selanjutnya, batik yang tadinya hanya pakaian keluarga istana, kemudian menjadi pakaian rakyat yang digemari, baik wanita maupun pria.

Bahan kain putih yang dipergunakan waktu itu adalah hasil tenunan sendiri. Sedang bahan-bahan pewarna yang dipakai terdiri dari tumbuh-tumbuhan asli Indonesia yang dibuat sendiri antara lain dari : pohon mengkudu, tinggi, sogi, nila, dan bahan sodanya dibuat dari soda abu, serta garamnya dibuat dari tanah lumpur.

Jadi kerajinan batik ini di Indonesia telah dikenal sejak zaman kerajaan Majapahit dan terus berkembang hingga kerajaan berikutnya. Adapun mulai meluasnya kesenian batik ini menjadi milik rakyat Indonesia dan khususnya suku Jawa ialah setelah akhir abad ke-XVIII atau awal abad ke-XIX. Batik yang dihasilkan ialah semuanya batik tulis sampai awal abad ke-XX dan batik cap dikenal baru setelah usai perang dunia kesatu atau sekitar tahun 1920. Pada awal tahun 1970-an, teknologi print batik muncul. Oleh sebab itu, batik tulis dan batik cap semakin tergeser oleh print batik. Tanpa perlu dikatakan, pasaran batik tulis dan batik cap kalah bersaing dengan print batik yang dapat diproduksi massal. Kini batik sudah menjadi bagian pakaian tradisional Indonesia.

Memang hampir setiap daerah di Indonesia mempunyai khas dan motif Batik masing masing yang masing-masing daerah tersebut juga mempunyai sejarah cerita batik masing masing yang berbeda. Namun itulah yang menjadikan Batik Indonesia itu indah dan bervariasi.

1. Peta Sentra Produksi

Kota-kota penghasil batik terbesar, antara lain : Jawa Tengah (Pekalongan, Banyumas, Purbalingga, Surakarta, Tegal, Kebumen, Purworejo, Klaten, Boyolali, Kudus, Wonogiri), Jawa Barat (Indramayu, Ciamis, Garut, Cirebon, Tasikmalaya), DI Yogyakarta, Jawa Timur (Madura, Lasem, Tulungagung, Ponorogo, Sidoarjo, Mojokerto, Gresik), Sumatera Selatan (Palembang) dan Jambi, (Widodo, 1983 : 2-3). Namun dalam perkembangannya hampir disemua provinsi di Indonesia terdapat motif-motif khas masing-masing provinsi yang sebagian masih diproduksi di Jawa hanya desainnya dibuat oleh daerah tersebut, walaupun ada juga yang sudah diproduksi di daerahnya sendiri.

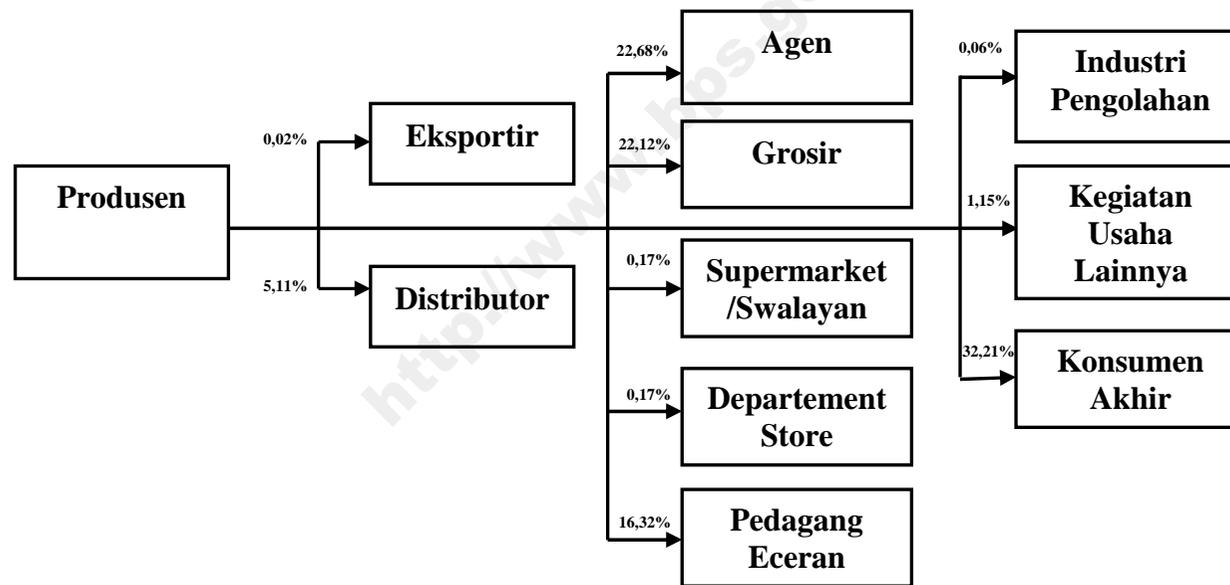


Gambar 15. Peta Sentra Produksi Kain Batik di Indonesia

2. Distribusi Perdagangan Kain Batik di Indonesia

2.1. Pola Penjualan Produksi Kain Batik

Produsen kain batik di seluruh wilayah cakupan survei mendistribusikan komoditi kain batik tersebut melalui sepuluh lembaga usaha perdagangan, yakni melalui eksportir sebanyak (0,02 %), distributor (5,11 %), agen (22,68 %), pedagang grosir (22,12 %), supermarket (0,17 %), departemen store (0,17 %), pedagang eceran (16,32 %), industri pengolahan (0,06 %) dan kegiatan usaha lainnya (1,15 %). Sementara sebanyak (32,21 %) dijual langsung kepada konsumen akhir. Pola penjualan produksi komoditi kain batik secara nasional ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 16. Pola Penjualan Produksi Kain Batik di Indonesia

2.2. Pola Distribusi Perdagangan

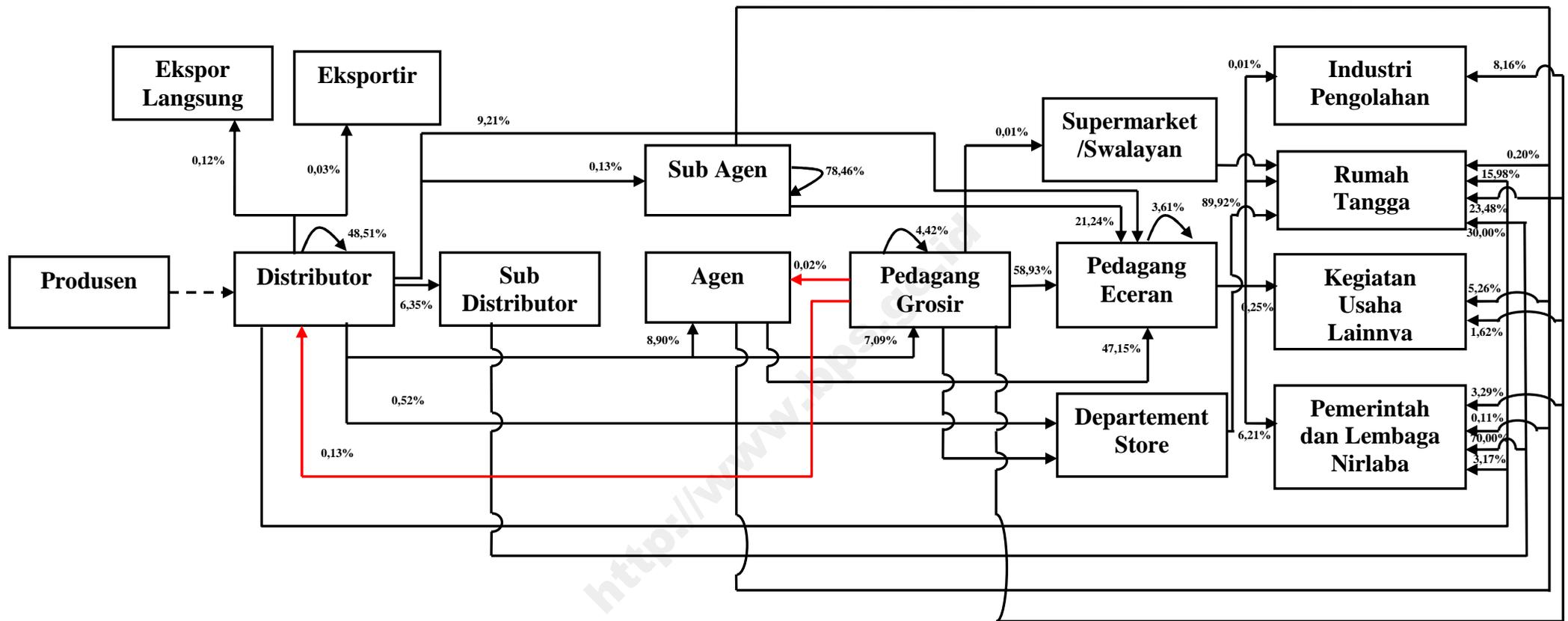
Berdasarkan hasil Survei Pola Distribusi Perdagangan tahun 2012 pedagang kain batik di tingkat distributor membeli dari produsen, sesama distributor, dan agen. Penjualan kain batik di tingkat distributor dijual melalui ekspor langsung (0,12%), melalui eksportir (0,03%), sesama distributor (48,51%), sub distributor (6,35%), agen (8,90%), sub agen (0,13%), pedagang grosir (7,09%) departemen store (0,52%), pedagang eceran (9,21%), pemerintah dan lembaga nirlaba (3,17%) dan rumah tangga (15,98%). Sedangkan di tingkat sub distributor sebagian besar kain batik dijual ke pemerintah dan lembaga nirlaba (70,00%), dan rumah tangga (30,00%).

Agen kain batik sebagian besar menjual pedagang eceran (47,14%), kegiatan usaha lainnya (5,26%), pemerintah dan lembaga nirlaba (6,57%), dan rumah tangga (41,03%). Sedangkan sub agen sebagian besar menjual ke sesama sub agen (78,46%), pedagang eceran (21,24%), pemerintah dan lembaga nirlaba (0,11%), dan rumah tangga (0,20%).

Pedagang grosir kain batik menjual ke sesama pedagang grosir (4,42%), swalayan/supermarket (0,09%), departemen store (0,01%), pedagang eceran (58,93%), industri pengolahan (8,16%), kegiatan usaha lainnya (1,62%), pemerintah dan lembaga nirlaba (3,29%), dan rumah tangga (23,48%).

Pedagang eceran kain batik menjual ke sesama pedagang eceran (3,61%), industri pengolahan (0,01%), kegiatan usaha lainnya (0,25%), pemerintah dan lembaga nirlaba (6,21%), dan rumah tangga (89,92%).

Pada gambar pola distribusi perdagangan komoditi kain batik nasional diperoleh informasi sebagai berikut:



Gambar 17. Pola Distribusi Perdagangan Kain batik di Indonesia

2.3. Margin Perdagangan dan Pengangkutan

Berdasarkan hasil survei diperoleh data margin perdagangan dan pengangkutan komoditi kain batik di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 16. Margin Perdagangan dan Pengangkutan Kain batik di Indonesia

Uraian	Pedagang Besar (PB)	Pedagang Eceran (PE)	Pedagang Besar dan Pedagang Eceran (PB+PE)
(1)	(2)	(3)	(4)
Rata-rata Nilai Penjualan (000 Rp)	187.258.902	152.217.409	64.372.121
Rata-rata Nilai Pembelian (000 Rp)	146.147.028	13.193.915	51.180.519
Rata-rata Margin Perdagangan dan Pengangkutan (000 Rp)	41.111.874	2.023.494	13.191.603
Rasio Margin (%)	28,13	15,34	25,77

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PB kain batik adalah sekitar Rp41,11 miliar dengan rasio margin sebesar 28,13 persen, artinya pedagang besar mengambil keuntungan rata-rata sebesar 28,13 persen. Rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PE kain batik adalah sekitar Rp2,02 miliar dengan rasio margin sebesar 15,34 persen, artinya pedagang eceran mengambil keuntungan rata-rata sebesar 15,34 persen. Jika digabung, rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk pedagang besar dan pedagang eceran adalah sekitar Rp13,19 miliar dengan rasio margin sebesar 25,77 persen, artinya pedagang kain batik mengambil keuntungan rata-rata sebesar 25,77 persen.

<http://www.bps.go.id>



**KOMODITI
KAIN TENUN**

<http://www.ppt.id>

H. Komoditi Kain Tenun

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari kurang lebih 17.000 pulau dan terbagi menjadi beberapa provinsi, hal ini pula yang menyebabkan Indonesia memiliki keanekaragaman budaya. Salah satu warisan budaya yang sangat penting yaitu adanya kain tenun tradisional.

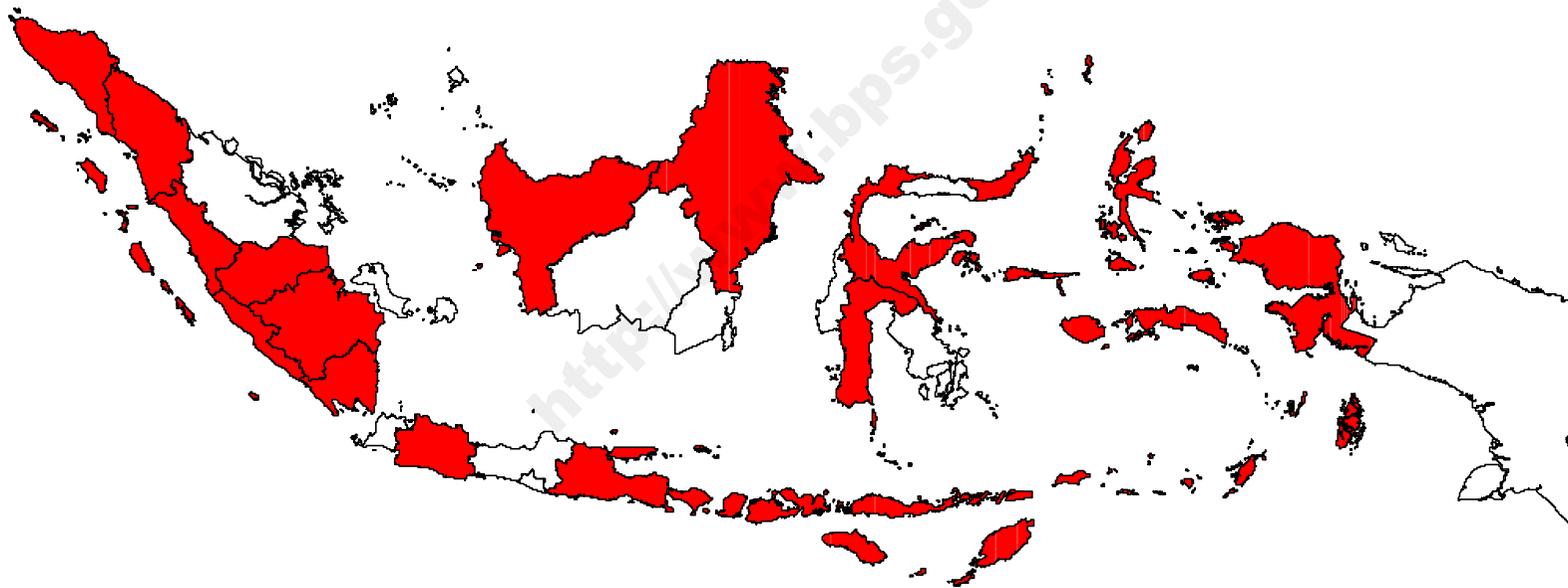
Seperti diketahui pertenunan (pakaian) tradisional diperkirakan telah dimulai sejak masa Neolitikum (Prasejarah), dimana ditemukan bukti-bukti adanya temuan dari benda-benda prasejarah prehistoris yang umurnya lebih dari 3.000 tahun yang lalu. Bekas-bekas peninggalan pembuatan pakaian ini ditemukan pada situs Gilimanuk, Melolo, Sumba Timur, Gunung Wingko, Yogyakarta, dan lain-lain. Di daerah ini ditemukan teraan (cap) tenunan, alat untuk memintal, kereweng-kereweng bercap kain tenun dan bahan yang terlihat jelas adanya tenunan kain terbuat dari kapas.

Tenun ikat adalah kain tenun yang dibuat dengan teknik tenun di mana benang pakan, lungsi atau dua-duanya dicelup sebelum ditenun, benang-benang yang diikat tidak kena warna, sehingga setelah dilepas pengikatnya akan timbul pola-pola yang diinginkan. Kain ikat lungsi juga ada yang dikombinasikan dengan hiasan manik-manik.

Teknik pembuatan tenun dapat dibagi menjadi dua golongan besar, yaitu teknik dalam membuat kain (alat tenunnya) dan teknik membuat hiasan. Ada dua hal lagi yang sangat penting yaitu mempersiapkan pembuatan benang dan pembuatan zat warna. Ada dua wilayah pembagian alat tenun, pertama alat tenun Indonesia bagian timur, pada umumnya penenun duduk di atas tanah di luar rumah, di tempat teduh atau di lantai rumah, dengan mengaitkan salah satu alat tersebut pada tiang. Kedua alat tenun Indonesia bagian barat (Jawa-Bali), di daerah ini terdapat alat tenun disebut “Cacak” yaitu dua buah tiang pendek yang diberi belahan untuk menempatkan papan guna menggulung benang yang akan ditenun, alat ini biasanya ditempatkan pada sebuah “amben” yaitu balai-balai terbuat dari bambu. Sumber: Drs Widodo (Musium Nasional/Proyek Pengembangan Kebijakan Kebudayaan), <http://www.pelita.or.id>, <http://www.yfred.wordpress.com>

1. Peta Sentra Produksi

Daerah penghasil kain tenun ada di hampir seluruh daerah di Indonesia. Karena hampir di seluruh daerah memiliki ketrampilan menenun, dapat diketahui dari hasil tenun dari berbagai daerah, yaitu : Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Jambi, Bengkulu, Sumatera Selatan, Bangka Belitung, Lampung, Banten, Jawa Barat, DI Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Timur, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Barat, Sulawesi Utara, Sulawesi Barat, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Selatan, Maluku, Maluku Utara, dan Papua Barat. (Sumber: www.tenunindonesia.com)

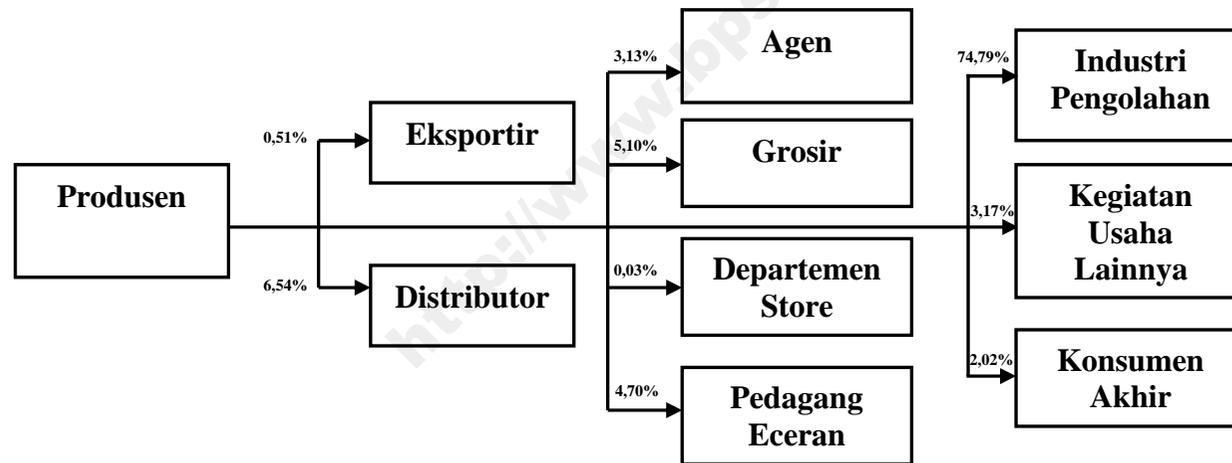


Gambar 18. Peta Penghasil Kain Tenun di Indonesia

2. Distribusi Perdagangan Kain Tenun di Indonesia

2.1. Pola Penjualan Produksi Kain Tenun

Produsen kain tenun di seluruh wilayah cakupan survei mendistribusikan komoditi kain tenun tersebut melalui delapan lembaga usaha perdagangan, yakni melalui eksportir sebanyak (0,51%), distributor (6,54 %), agen (3,13 %), pedagang grosir (5,10%), departement store (0,03 %), pedagang eceran (4,70 %), industri pengolahan (74,79 %) dan kegiatan usaha lainnya (3,17 %). Sementara sebanyak (2,02 %) dijual langsung kepada konsumen akhir. Pola penjualan produksi komoditi kain tenun secara nasional ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 19. Pola Penjualan Produksi Kain Tenun di Indonesia

2.2. Pola Distribusi Perdagangan

Dari data hasil survei pola distribusi perdagangan tahun 2012 pedagang kain tenun di sejumlah kabupaten/kota wilayah cakupan survei yang ada di 33 provinsi di Indonesia dapat diperoleh gambaran pola distribusi perdagangan komoditi kain tenun dalam lingkup nasional.

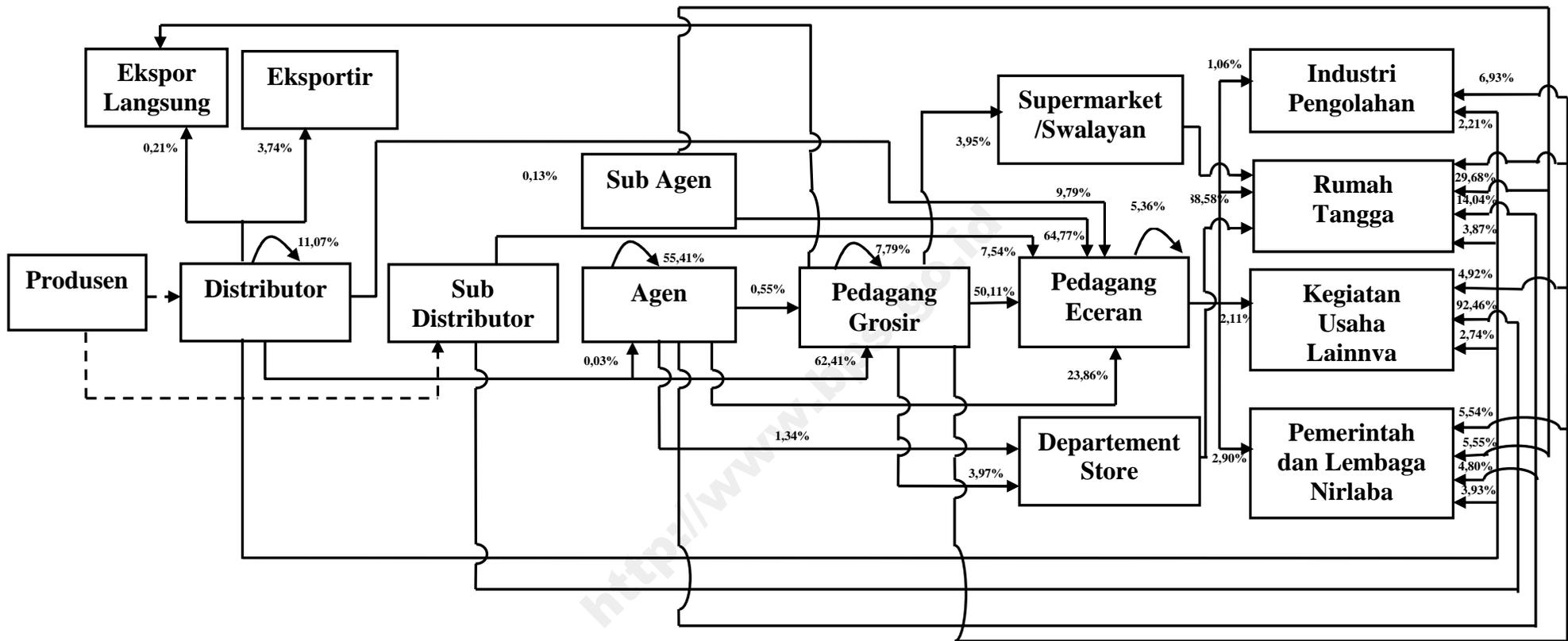
Pedagang kain tenun di tingkat distributor membeli dari produsen, dan sesama distributor. Penjualannya ke ekspor langsung (0,21%), eksportir (3,74%), sesama distributor (11,07%), agen (0,03%), pedagang grosir (62,41%), pedagang eceran (9,79%), industri pengolahan (2,21%), kegiatan usaha lainnya (2,74%), pemerintah dan lembaga nirlaba (3,93%), dan rumah tangga (3,87%). Untuk sub distributor mendapat kain tenun dari produsen, kemudian menjualnya ke pedagang eceran (7,54%) dan kegiatan usaha lainnya (92,46%).

Agan menjual kain tenun ke sesama agen (55,41%), pedagang grosir (0,55%), departemen store (1,34%), pedagang eceran (23,86%), pemerintah dan lembaga nirlaba (4,80%), dan rumah tangga (14,04%). Sub agen membeli dari produsen, kemudian menjual ke pedagang eceran (64,77%), pemerintah dan lembaga nirlaba (5,55%), dan rumah tangga (29,68%).

Pedagang grosir menjual kain tenun ke sesama grosir (7,79%), swalayan/supermarket (3,95%), departemen store (3,97%), pedagang eceran (50,11%), industri pengolahan (6,93%), kegiatan usaha lainnya (4,92%), pemerintah dan lembaga nirlaba (5,54%), dan rumah tangga (16,64%).

Pedagang eceran kain tenun menjual ke sesama pedagang eceran (5,36%), industri pengolahan (1,06%), kegiatan usaha lainnya (2,11%), pemerintah dan lembaga nirlaba (2,90%), dan sebagian besar ke rumah tangga (88,58%).

Pada gambar pola distribusi perdagangan komoditi kain tenun nasional diperoleh informasi sebagai berikut:



Gambar 20. Pola Distribusi Perdagangan Kain Tenun di Indonesia

2.3. Margin Perdagangan dan Pengangkutan

Berdasarkan hasil survei diperoleh data margin perdagangan dan pengangkutan komoditi kain tenun di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 17. Margin Perdagangan dan Pengangkutan Kain tenun di Indonesia

Uraian	Pedagang Besar (PB)	Pedagang Eceran (PE)	Pedagang Besar dan Pedagang Eceran (PB+PE)
(1)	(2)	(3)	(4)
Rata-rata Nilai Penjualan (000 Rp)	559,028	3,942,208	2,213,358
Rata-rata Nilai Pembelian (000 Rp)	415,857	2,908,110	1,634,536
Rata-rata Margin Perdagangan dan Pengangkutan (000 Rp)	143,171	1,034,097	578,822
Rasio Margin (%)	34,43	35,56	35,41

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PB kain tenun adalah sekitar Rp143,17 juta dengan rasio margin sebesar 34,43 persen, artinya pedagang besar mengambil keuntungan rata-rata sebesar 34,43 persen. Rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk lembaga usaha yang termasuk kategori PE kain tenun adalah sekitar Rp1,03 miliar dengan rasio margin sebesar 35,56 persen, artinya pedagang eceran mengambil keuntungan rata-rata sebesar 35,56 persen. Jika digabung, rata-rata margin perdagangan dan pengangkutan untuk pedagang besar dan pedagang eceran adalah sekitar Rp578,82 juta dengan rasio margin sebesar 35,41 persen, artinya pedagang kain tenun mengambil keuntungan rata-rata sebesar 35,41 persen.

LAMPIRAN

<http://www.bp.go.id>

LAMPIRAN 1.

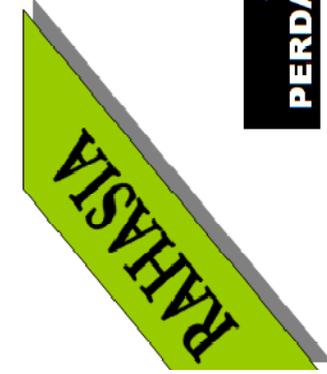
Tabel 1. Alokasi Sampel Survei Poldis Perdagangan 2012 Menurut Komoditi dan Kabupaten/Kota Terpilih

Propinsi	Sampel Kota		Mobil Baru			Mobil Bekas		Sepeda Motor Baru			Sepeda Motor Bekas		Pakaian Jadi Dewasa			Pakaian Jadi Anak-anak			Kain Batik			Kain Tenun			Jumlah Sampel	
			I	PB	PE	PB	PE	I	PB	PE	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE		
(1)	(2)		(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)	(22)	(23)	(24)	(25)	
1 Aceh	1107	Aceh Barat		1		1			1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	
	1171	Banda Aceh		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1		1	1	1	1	1	17	
	1174	Lhokseumawe		1	1	1	1		1		1			1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	17	
2 Sumatera Utara	1206	<i>Toba Samosir</i>		1		1			1		1			1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	19	
	1209	<i>Simalungun</i>		1	1	1			1		1			1	1		1		2	2	1	2	2	1	19	
	1210	<i>Dairi</i>		1	1	1	1		1		1			1	1		1		1	2	1	2	2	1	19	
	1271	Sibolga		2	1	2	1		2	1	2		1	1	2	1	1	2	1							20
	1273	<i>Pematang Siantar</i>		1		1			1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1		20
	1275	Medan		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
	1277	Padang Sidempuan		2	1	2	1		2	1	2		1	1	2	1	1	2	1							20
3 Sumatera Barat	1305	<i>Taroh Datar</i>		1		1			1		1		1	1		1	1		1	2	1	1	2	1	16	
	1371	Padang		1	1	1	1		1	1	1		1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	22	
	1373	<i>Sawah Lunto</i>		1		1			1		1			1	1		1	2		1	2	1	1	2	17	
	1375	Bukittinggi		1	1	1	1		1	1	1		1	1	2	1	1	2	1	1	1		1	1	20	
	1403	Indragiri Hilir		1		1			1		1			1	1	1	1	1	1	1					12	
4 Riau	1405	<i>Siak</i>							1					1			1		1	2	1	2	2	1	12	
	1408	<i>Bengkalis</i>		1										1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
	1471	Pekanbaru		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1		1	1		17	
	1473	Dumai		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1							12	
	1501	Kerinci		1		1			1	1	1		1	2	3	1	2	3			2		1	2		22
5 Jambi	1571	<i>Jambi</i>		1	1	1	1		1		1		1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	22	
	1607	Banyuasin		2		1			1	1	1		1	2	2		2	2		1	2		1	2		21
	1610	<i>Ogan Ilir</i>		1		1			1		1		1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1		22
	1671	<i>Palembang</i>		1	1	1	1		2		1		1	2		1	2		2	2	1	2	2	1		23
	1674	Lubuklinggau		1	1	1	1		1	1	1		1	2	2	1	2	2	1	1	2		1	1		23
7 Bengkulu	1702	Rejang Lebong		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1			1		15	
	1706	Mukomuko		1		1			1		1		1	2	1	1	2	1	1	1		1	1		16	
	1771	<i>Bengkulu</i>		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	24	
	1801	<i>Lampung Barat</i>		1		1			1		1		1	2		1	2		1	2	1	2	2	1		19
8 Lampung	1807	<i>Way Kanan</i>		1		1			1		1		1	2		1	2		1	2	1	1	2	1		18
	1871	<i>Bandar Lampung</i>		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1		2	2		1	2			19
	1872	Metro		1	1	1	1		1	1	1		1	1	2	2	1	2	2		1					19
	1901	<i>Bangka</i>		1									1	1	1	1	1		2	2	1	1	1	1		14
	1902	Belitung				1			1		1		1	2	1	1	2	1		1		1	1			14
9 Bangka Belitung	1971	Pangkal Pinang		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1		1		1	1	1			15
	2171	Batam		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	2			19
	2172	Tanjung Pinang		1		1			1		1		1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1		19

Propinsi	Sampel Kota		Mobil Baru			Mobil Bekas		Sepeda Motor Baru			Sepeda Motor Bekas		Pakaian Jadi Dewasa			Pakaian Jadi Anak anak			Kain Batik			Kain Tenun			Jumlah Sampel	
			I	PB	PE	PB	PE	I	PB	PE	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE		
(1)	(2)		(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)	(22)	(23)	(24)	(25)	
11 DKI Jakarta	3171	Jakarta Selatan		9	4	8	4		9	4	9	4	8	10	4	7	10	4	7	10	4	7	10	4	136	
	3172	Jakarta Timur	2	8	4	8	4	1	8	4	9	4	8	10	4	7	10	4	7	10	4	7	10	4	137	
	3173	Jakarta Pusat		9	4	8	4		9	4	9	4	8	10	4	7	10	4	7	10	4	7	10	4	136	
	3174	Jakarta Barat		8	4	8	4		9	4	9	4	8	10	4	7	10	4	7	10	4	7	10	4	135	
	3175	Jakarta Utara	4	8	4	8	4	2	9	4	9	4	8	10	4	7	10	4	7	10	4	7	10	4	141	
12 Jawa Barat	3201	Bogor	1	2	1	2	1	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	1		2			1		29	
	3203	Cianjur		2	1	2	1		3	1	3	1	2	2	1	2	3	1	1	1		1	1		29	
	3204	Bandung		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	3	3	2	30	
	3205	Garut		1	1	1			1	1	1		1	1		1	1	1	3	3	2	3	4	2	28	
	3206	Tasikmalaya		2	1	2			1		1		1	1	1		1	1	3	3	2	3	4	2	29	
	3209	Cirebon		2	1	1	1		1		1		1	1	1	1	1		3	3	2	3	3	2	29	
	3212	Indramayu		2	1	2	1		3	1	3		1	2	2	1	2	3	1	1	1		1	1	29	
	3215	Karawang	3	2	1	2	1		2	1	2		1	2	2	1	2	3	1		1			1	28	
	3216	Bekasi	1	2	1	2	1	1	3	1	2		1	2	3	1	2	3	1		1			1	29	
	3217	Bandung Barat		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	2	1	3	3	2	2	3	2	30
	3271	Bogor		3	1	3	1		3	1	2		1	2	3	1	2	3	1		1			1	29	
	3272	Sukabumi		2	1	2	1		2	1	3		1	2	2	1	2	3	1	1	1		1	2	29	
	3273	Bandung		3	1	2	1		2	1	2		1	1	3	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	32
	3274	Cirebon		1	1	2	1		1	1	1		1	2	1	1	1	1		3	3	2	3	3	2	30
	3275	Bekasi	1	2	1	2	1	1	2	1	3		1	1	3	1	1	2	2		2			1	28	
	3276	Depok		3		2	1		3	1	3		1	2	3	1	2	3	1		2			1	29	
	3278	Tasikmalaya		1		2	1		2	1	1		1	1	1		1	1	1	3	3	2	3	3	2	30
13 Jawa Tengah	3302	Banyumas		2	1	2	1		2	1	2		1	2	2	1	2	2	1	1			1		25	
	3305	Kebumen		2	1	2	1		2	1	2		1	1	2	1	1	2	1	1	2			1	24	
	3310	Klaten		1		1			1	1	1		1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	3	2	24	
	3313	Karanganyar		1	1	1	1		1		1		1	1	1		1	1		2	4	2	1	2	2	24
	3314	Sragen		2	1	1	1		2	1	1		1	1	2	1	1	2	1	1	2		2	1	24	
	3319	Kudus		1		1			1		1		1	1	1	1	1	1	2	4	2	1	3	2	24	
	3320	Jepara		1	1	1	1		1		1		1	1		1	1		2	4	2	1	3	2	24	
	3326	Pekalongan		1		1			2	1	2		1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	24
	3372	Surakarta		2	1	1	1		2	1	2		1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	25
	3374	Semarang		2	1	2	1	1	2	1	1		1	2	2	1	2	2	1	1	1			1	25	
	3375	Pekalongan		1	1	1	1		2	1	1		1	1	2	1	1	2	1	2	2		2	1	24	
3376	Tegal		2	1	1	1		2	1	1		1	2	2	1	2	2	1	1	1		2	1	25		
14 D I Yogyakarta	3402	Bantul		1	1	1	1		1	1	1		1	1	2	1	1	2	1	1					18	
	3404	Sleman		1		1			1		1		1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	18	
	3471	Yogyakarta		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	2	1	19	

Propinsi	Sampel Kota		Mobil Baru			Mobil Bekas		Sepeda Motor Baru			Sepeda Motor Bekas		Pakaian Jadi Dewasa			Pakaian Jadi Anak-anak			Kain Batik			Kain Tenun			Jumlah Sampel		
			I	PB	PE	PB	PE	I	PB	PE	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE			
(1)	(2)		(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)	(22)	(23)	(24)	(25)		
15	Jawa Timur	3501	Pacitan		1		1			1		1		1	1		2	2		3	3	2	3	3	2	26	
		3504	Tulungagung		1	1	2	1		2			1	2	3	1	2	2	1	1	2		1	1		26	
		3507	Malang		2	1	2	1	1	2	2	1		1	2	2	1	2	2	1	1	1		1		26	
		3509	Jember		2	1	2	1		2	1	2		2	3	1	2	2	1	1	1		1	1		26	
		3510	Banyuwangi		2	1	2	1		2	1	2		1	2	3		2	2	1	2	2		1		27	
		3513	Probolinggo		2		2	1		2	1	2		1	2	2	1	2	2	1	2	2		1		26	
		3515	Sidoarjo		2	1	2	1		2	1	2		1	3	1	1	2	2	1	1	1		1	1	26	
		3522	Bojonegoro		1	1	1	1		1		1		1	1		1	2		3	3	2	3	3	2	27	
		3523	Tuban		1		1			1		1		1	2		1	2		3	3	2	3	3	2	26	
		3525	Gresik		2	1	2	1		2	1	2		1	2	2		2	3	1	1	1		1	1	26	
		3526	Bangkalan		1		1			1	1	1		1	2	1	1	2		3	3	2	3	3	2	27	
		3528	Pamekasan		1		1			1		1		1	2	1	1	2		3	3	2	3	3	2	27	
		3529	Sumenep		2	1	2			1		1		1	1	1		1	1	1	2	3	2	2	3	2	27
		3571	Kediri		1		1			1	1	1		1	1	1	1	1		3	3	2	3	3	2	27	
		3572	Blitar		2	1	2	1		2	1	2		1	2	2	1	3	2	1	1	2		1		27	
		3573	Malang		2	1	2	1		2	1	2		1	2	3	1	2	2	1	1	2		1	1	27	
		3574	Probolinggo		2	1	2	1		2	1	2		1	3	2	1	2	2	1	1	1		1	1	27	
		3575	Pasuruan		2	1	2	1		2	1	2		1	2	2	1	2	3	1	1	1		1	1	27	
		3576	Mojokerto		2	1	2	1		2	1	2		1	2	3	1	2	2	1	1	2		1		27	
		3577	Madiun		2	1	1	1		2	1	2		1	2	2	1	2	2	1	2	2		1	1	27	
		3578	Surabaya		2	1	2	1		2	1	2		1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	30
16	Banten	3603	Tangerang	1	1	1	1	1	2	2		1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	28	
		3671	Tangerang		2	1	1	1	1	2	1	2		1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	28	
		3672	Cilegon		2	1	2			2	1	2		2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	28	
		3673	Serang		2	1	2	1		1	1	2		1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	28
		3674	Tangerang Selatan		2	1	2	1		2	1	2		1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	28
17	Bali	5101	Jembrana		1		1							1				1		2	2	1	2	2	1	14	
		5102	Tabanan		1	1	1	1		1	1	1		2	1	1	2	1	1							15	
		5104	Gianyar		1	1	1	1		1	1	1		1	2	1	1	1	1	1						15	
		5105	Klungkung		1		1			1		1			1					2	2	1	2	2	1	15	
		5107	Karang Asem		1		1			1		1						1		2	2	1	2	2	1	15	
		5108	Buleleng		1		1			2		2		1	2		2	2	1							14	
		5171	Denpasar		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1			1			1		15	
18	Nusa Tenggara Barat	5202	Lombok Tengah		1		1			1	1	1		1	1	1		2		1	2	1	1	2	1	19	
		5271	Mataram		1	1	1	1		1	1	1		1	1	3	1	1	2	1	1	1		1		20	
		5272	Bima		1	1	1	1		1		1		1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	20	
19	Nusa Tenggara Timur	5305	Timor Tengah Utara											1	2	1	1	2		1	2	1	1	1	1	14	
		5310	Sikka (Maumere)		1		1			1		1		1	2	1	1	1	1	1	1		1	1		15	
		5371	Kupang		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1			1		1	1		15	
20	Kalimantan Barat	6101	Sambas		1		1			1		1		1	1		1	1		2	2	1	2	2	1	18	
		6107	Sintang		1		1			1		1		1	1		1	1		2	2	1	2	2	1	18	
		6171	Pontianak		1	1	1	1		1	1	1		1	1	3	1	1	2	1		2		1		20	
		6172	Singkawang		1	1	1	1		1	1	1		1	1	2	1	1	3	1		1		1		19	

Propinsi	Sampel Kota	Mobil Baru			Mobil Bekas		Sepeda Motor Baru			Sepeda Motor Bekas		Pakaian Jadi Dewasa			Pakaian Jadi Anak-anak			Kain Batik			Kain Tenun			Jumlah Sampel		
		I	PB	PE	PB	PE	I	PB	PE	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE	I	PB	PE			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)	(22)	(23)	(24)	(25)		
21	Kalimantan Tengah	6202	Kota Waringin Timur		1	1	1	1		1	1	1		2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	27	
		6271	Palangkaraya		2	1	2	1		2	1	2		1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	27	
22	Kalimantan Selatan	6303	Banjarnegara		1	1	1	1		1	1	1		1	1	2	1	1	2	1	1				17	
		6308	Hulu Sungai Utara		1		1												2	3	2	2	3	2	16	
		6309	Tabalong		1		1			2		1		2	2		2	2	1	1	1				16	
		6371	Banjarmasin		1	1	1	1		1	1	1		1	1	2	1	1	2		1	1		1	19	
23	Kalimantan Timur	6403	Kutai Kartanegara		1		1			1		1		1	1		1	1	3	3	1	3	3	1	22	
		6408	Nunukan		1	1	1			1		1		1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	20	
		6471	Balikpapan		2	1	2	1		2	1	2		1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	25	
		6472	Samarinda		2	1	2	1		2	1	2		1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	26	
		6473	Tarakan		1	1	1	1		2	1	1		1	2	1	2	1	1		2	1	1	1	22	
		6474	Bontang		1	1	1	1		1	1	2		1	1	2	1	1	1	1	1		2		20	
24	Sulawesi Utara	7102	Minahasa		1		1			1		1		1	1		1	1		2	4	2	2	4	24	
		7171	Manado		2	1	2	1		2	1	1		1	2	3		2	3		1	1		1	25	
		7172	Bitung		1	1	1	1		1	1	1		1	1	2	2	1	2	2	1	1		1	22	
25	Sulawesi Tengah	7205	Donggala		1		1			1		1		1	2	1	1	2		2	3	1	2	2	1	22
		7271	Palu		1	1	1	1		1	1	1		1	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	23	
26	Sulawesi Selatan	7302	Bulukumba		1		1			1		1		1	2		1	2		1			1		12	
		7306	Gowa		1		1			1		1							2	2	2	2	2	2	16	
		7311	Bone (Watampone)		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1		1		1		16	
		7313	Wajo		1		1			1		1		1	2		1	2		1			1		12	
		7318	Tana Toraja		1		1			1		1							2	2	2	2	2	2	16	
		7371	Makassar		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1		1		1		16	
		7372	Pare-Pare		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1		1		1		16	
		7373	Palopo		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1		1		1		16	
27	Sulawesi Tenggara	7401	Buton		1		1			1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	
		7471	Kendari		1	1	1	1		1	1	1		1	1	2	1	1	2	1	1		1		18	
		7472	Bau-Bau		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	18	
28	Gorontalo	7502	Gorontalo		1		1			1		1		1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	20
		7571	Gorontalo		1	1	1	1		1	1	1		1	2	2	1	2	1		1	1		1	20	
29	Sulawesi Barat	7601	Majene		1		1			1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	16	
		7602	Polewali Mandar		1	1	1	1		1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	
		7604	Mamuju		1	1	1	1		1	1	1		1	1	2	1	1	2	1		1		1	18	
30	Maluku	8101	Maluku Tenggara Barat																2	2	2	3	2	1	12	
		8171	Ambon		1	1	1	1		1	1	1		1	1		1	1	1						12	
		8172	Tual		1		1			1		1		1	1	1	1	1	1						11	
31	Maluku Utara	8271	Ternate		1	1	1	1		1		1		2	3	1	2	2	1	1	2		2	2	24	
		8272	Tidore Kepulauan		1		1			1	1	1		1	1	2	1	1	2		1	2	1	1	1	20
32	Papua Barat	9105	Manokwari		1	1	1	1		1	1	1		1	2	2	1	2	2		1	1	2	1	22	
		9171	Sorong		1		1			1		1		1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	20	
33	Papua	9401	Merauke		1		1			1	1	1		1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	20	
		9471	Jayapura		1	1	1	1		1		1		2	2	1	2	2		1	2		1	2	21	

REPUBLIK INDONESIA
BADAN PUSAT STATISTIKVPDP-12
PEDAGANGKode KBLI

(disalin dari DSP)

SURVEI POLA DISTRIBUSI
PERDAGANGAN BEBERAPA KOMODITI

BLOK I : PENGENALAN TEMPAT	
(1)	(2)
1. Provinsi :	<input type="text"/> <input type="text"/>
2. Kabupaten/Kota*) :	<input type="text"/> <input type="text"/>
3. Kecamatan :	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
4. Kelurahan/Desa*) :	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
5. Nomor Urut Perusahaan/Usaha :	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
6. Nama lengkap Perusahaan/Usaha :
7. Alamat Perusahaan/Usaha :
	Kode pos : <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
	Nomor Telepon : (.....) Ext.
	Nomor Fax : (.....)

*) coret yang tidak sesuai

Tujuan Survei :

- Mendapatkan pola dan peta penjualan produksi
- Mendapatkan pola dan peta distribusi perdagangan.
- Memperoleh margin perdagangan dan pengangkutan mulai tingkat pedagang besar sampai dengan pedagang eceran.

Dasar Hukum : Undang-undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik

Kerahasiaan : Data yang diberikan responden dijamin kerahasiaannya berdasarkan Undang-undang (pasal 21 UU No. 16 tahun 1997 tentang Statistik)

Kewajiban : Responden wajib memberikan keterangan yang diperlukan dalam penyelenggaraan statistik dasar oleh Badan Pusat Statistik berdasarkan Undang-undang (pasal 27 UU No. 16 tahun 1997 tentang Statistik)



Informasi lebih lanjut hubungi:
Sub Direktorat Statistik Perdagangan Dalam Negeri
Jl. Dr. Sutomo No. 6-8, Jakarta 10710
Telepon: (021) 3810291-4, 3841195, 3842508 pes: 6130, 6131, 6132 & 6133 Fax: (021) 386 3815
atau BPS Provinsi/Kabupaten/Kota:

BLOK III: DISTRIBUSI PERDAGANGAN (LANJUTAN)

(1)		(2)		(3)	
No	Tujuan penjualan barang dagangan			Persentase	
a.	Ekspor langsung				%
b.	Eksportir				%
c.	Distributor				%
d.	Sub distributor				%
e.	Agen				%
f.	Sub agen				%
g.	Pedagang grosir				%
h.	Supermarket/swalayan				%
i.	Department Store				%
j.	Pedagang eceran				%
k.	Industri pengolahan				%
l.	Kegiatan usaha lainnya				%
m.	Pemerintah dan lembaga nirlaba				%
n.	Rumah tangga				%
Jumlah				1 0 0	%

5. Wilayah penjualan barang dagangan selama tahun 2011:

No	Kabupaten/Kota/Negara	Kode *)	Persentase
(1)	(2)	(3)	(4)
a.		%
b.		%
c.		%
d.		%
e.		%
f.		%
g.		%
h.		%
i.		%
j.		%
k.	Lainnya (terlampir)		%
Jumlah:			1 0 0 %

*) Kode Kabupaten/Kota/Negara diisi oleh softor pengolahan.

6. Cara penjualan barang dagangan:

- a. diantar/dikirim %
- b. diambil sendiri oleh pembeli %
- Jumlah: 1 0 0 %**

7. a. Apakah dalam proses pemasaran barang dagangan menggunakan internet?

- Ya 1 Tidak 2

b. Jika "Ya", bagaimanakah pengaruhnya terhadap nilai penjualan?

- Meningkat 1 Tetap 2 Menurun 3

BLOK IV: KENDALA PENGADAAN DAN PEMASARAN BARANG DAGANGAN

(1)		(2)
1. a. Apakah ada kendala dalam pengadaan barang dagangan selama tahun 2011?		
Ya	Tidak	<input type="checkbox"/>
1	2	→ ke rincian 2
b. Jika "Ya", jenis kendala:		
Kelangkaan barang	Faktor alam	16
Harga	Lainnya	32
Transportasi	(tuliskan	
Infrastruktur perdagangan		
1		
2		
4		
8		
c. Kendala utama		
		<input type="checkbox"/>
2. a. Apakah ada kendala dalam pemasaran barang dagangan selama tahun 2011?		
Ya	Tidak	<input type="checkbox"/>
1	2	→ ke Blok V
b. Jika "Ya", jenis kendala:		
Persaingan pasar	Faktor alam	16
Rantai distribusi	Lainnya	32
Transportasi	(tuliskan	
Infrastruktur perdagangan		
1		
2		
4		
8		
c. Kendala utama		
		<input type="checkbox"/>

BLOK V: PEMBELIAN DAN PENJUALAN

1. Pembelian dan penjualan barang dagangan selama tahun 2011:

Uraian	Volume	Satuan	Nilai (Rp)
(1)	(2)	(3)	(4)
a. Pembelian			
b. Dikonsumsi sendiri			
c. Rusak/hilang			
d. Penjualan			

Satuan yang digunakan: unit, lusin, gros, kodi, meter

2. Biaya transportasi membeli dan menjual barang dagangan selama tahun 2011:

Rp

BLOK VI: CATATAN

BLOK VII: KETERANGAN CONTACT PERSON

1. Nama	:
2. Jabatan	:
3. Telepon	:
4. Tanggal pengisian	:
5. Tanda tangan	:

BLOK VIII: KETERANGAN PETUGAS

URAIAN	PENCACAH	PEMERIKSA
(1)	(2)	(3)
1. Nama
2. Tanggal s.d. s.d.
3. Tanda tangan

LAMPIRAN VDP12-PEDAGANG (tambahan Blok III rincian 2 dan 5)

2. Wilayah pembelian barang dagangan selama tahun 2011:

No (1)	Kabupaten/Kota/Negara (2)	Kode *) (3)	Persentase (4)
i.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
j.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
k.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
l.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
m.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
n.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
o.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
p.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
q.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
r.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
s.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
t.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
u.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Jumlah:			1 0 0 %

*) Kode Kabupaten/Kota/Negara diisi oleh editor pengolahan.

5. Wilayah pemasaran/penjualan barang dagangan selama tahun 2011:

No (1)	Kabupaten/Kota/Negara (2)	Kode *) (3)	Persentase (4)
i.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
m.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
n.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
o.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
p.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
q.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
r.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
s.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
t.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
u.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
v.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
w.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
x.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Jumlah:			1 0 0 %

*) Kode Kabupaten/Kota/Negara diisi oleh editor pengolahan.



**VPDP-12
PRODUSEN**

REPUBLIK INDONESIA
BADAN PUSAT STATISTIK

Kode KBLI
[] [] [] [] [] []

(disalin dari DSP)

**SURVEI POLA DISTRIBUSI
PERDAGANGAN BEBERAPA KOMODITI**

BLOK I: PENGENALAN TEMPAT	
(1)	(2)
1. Provinsi :	[] []
2. Kabupaten/Kota*)	[] []
3. Kecamatan	[] []
4. Kelurahan/Desa*)	[] []
5. Nomor Urut Perusahaan/Usaha	[] []
6. Nama lengkap Perusahaan/Usaha
7. Alamat Perusahaan/Usaha
	Kode pos : [] [] [] []
	Nomor Telepon : (.....) Ext.
	Nomor Fax : (.....)

*) coret yang tidak sesuai

Tujuan Survei :

- Mendapatkan pola dan peta penjualan produksi.
- Mendapatkan pola dan peta distribusi perdagangan.
- Memperoleh margin perdagangan dan pengangkutan mulai tingkat pedagang besar sampai dengan pedagang eceran.

Dasar Hukum : Undang-undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik

Kerahasaaian : Data yang diberikan responden dijamin kerahasiaannya berdasarkan Undang-undang (pasal 21 UU No. 16 tahun 1997 tentang Statistik)

Kewajiban : Responden wajib memberikan keterangan yang diperlukan dalam penyelenggaraan statistik dasar oleh Badan Pusat Statistik berdasarkan Undang-undang (pasal 27 UU No. 16 tahun 1997 tentang Statistik)



Informasi lebih lanjut hubungi:
Sub Direktorat Statistik Perdagangan Dalam Negeri
Jl. Dr Sutomo No. 6-8, Jakarta 10710
Telepon: (021) 3810291-4, 3841195, 3842508 pes: 6130, 6131, 6132 & 6133 Fax: (021) 386 3815
atau BPS Provinsi/Kabupaten/Kota: Telepon:

BLOK II: KETERANGAN KOMODITI

(1) **(Jika kuesioner ditinggal, jenis komoditi harus sudah ditentukan oleh petugas BPS)** (2)

1. Komoditi yang diproduksi:

Mobil Baru	1	Pakaian Anak	6
Sepeda Motor Baru	3	Kain Batik	7
Pakaian Dewasa	5	Kain Tenun	8

Pertanyaan pada Blok III sampai dengan Blok VI berkaitan dengan jenis komoditi yang diteliti pada Blok II Rincian 1 diatas

BLOK III: Bahan Baku

1. Pengadaan bahan baku selama tahun 2011:

No (1)	Asal pengadaan bahan baku (2)	Persentase (3)
a.	Impor langsung	<input type="text"/> %
b.	Imporir	<input type="text"/> %
c.	Produsen lain	<input type="text"/> %
d.	Distributor	<input type="text"/> %
e.	Agen	<input type="text"/> %
f.	Pedagang grosir	<input type="text"/> %
g.	Produksi sendiri	<input type="text"/> %
h.	Pedagang eceran	<input type="text"/> %
Jumlah		1 0 0 %

2. Wilayah pengadaan bahan baku selama tahun 2011:

No (1)	Kabupaten/Kota/Negara (2)	Kode *) (3)	Persentase (4)
a.	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
b.	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
c.	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
d.	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
e.	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
f.	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
g.	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
h.	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
i.	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
j.	Lainnya (terlampir)	<input type="text"/>	<input type="text"/> %
Jumlah:		1 0 0 %	

*) Kode Kabupaten/Kota/Negara diisi oleh editor pengalihan.

BLOK IV: PENJUALAN PRODUKSI

1. Penjualan barang produksi selama tahun 2011:

No	Tujuan penjualan barang produksi	Persentase
(1)	(2)	(3)
a.	Ekspor langsung	<input type="text"/> <input type="text"/> %
b.	Eksporir	<input type="text"/> <input type="text"/> %
c.	Distributor	<input type="text"/> <input type="text"/> %
d.	Agen	<input type="text"/> <input type="text"/> %
e.	Pedagang grosir	<input type="text"/> <input type="text"/> %
f.	Supermarket/swalayan	<input type="text"/> <input type="text"/> %
g.	Department store	<input type="text"/> <input type="text"/> %
h.	Pedagang eceran	<input type="text"/> <input type="text"/> %
i.	Industri pengolahan	<input type="text"/> <input type="text"/> %
j.	Kegiatan usaha lainnya	<input type="text"/> <input type="text"/> %
k.	Konsumen akhir (rumah tangga, pemerintah, dan lembaga nirlaba)	<input type="text"/> <input type="text"/> %
Jumlah		1 0 0 %

2. Wilayah penjualan barang produksi selama tahun 2011:

No	Kabupaten/Kota/Negara	Kode *)	Persentase
(1)	(2)	(3)	(4)
a.	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
b.	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
c.	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
d.	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
e.	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
f.	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
g.	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
h.	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
i.	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
j.	Lainnya (terlampir)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> %
Jumlah:			1 0 0 %

*) Kode Kabupaten/Kota/Negara diisi oleh editor pengolahan.

3. a. Apakah dalam proses transaksi penjualan produk menggunakan internet?

Ya

Tidak

b. Jika "Ya", bagaimanakah pengaruhnya terhadap nilai penjualan?

Meningkat 1

Tetap 2

Menurun 3

LAMPIRAN VPDP12-PRODUSEN (tambahan Blok III rincian 2 dan 4)

2. Wilayah pengadaan bahan baku selama tahun 2011:

No (1)	Kabupaten/Kota/Negara (2)	Kode *) (3)	Persentase (4)
k.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
l.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
m.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
n.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
o.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
p.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
q.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
r.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
s.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
t.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
u.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
v.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
w.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Jumlah:			1 0 0 %

*) Kode Kabupaten/Kota/Negara diisi oleh editor pengolah.

4. Wilayah pemasaran/penjualan barang produksi selama tahun 2011:

No (1)	Kabupaten/Kota/Negara (2)	Kode *) (3)	Persentase (4)
k.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
l.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
m.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
n.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
o.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
p.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
q.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
r.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
s.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
t.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
u.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
v.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
w.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Jumlah:			1 0 0 %

*) Kode Kabupaten/Kota/Negara diisi oleh editor pengolah.

