

## PETA PREFERENSI KONSUMEN PURWOKERTO PADA KOMODITAS TAHAN LAMA IMPOR ASAL CINA

Oleh:  
Neni Widayaningsih<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

### ABSTRACT

*Focus to domestic demand, this research detected the preference of Purwokerto communities between imported commodities from China and Non-China's commodities. Generally, the communities relatively able to differ the commodities differences, particularly on telecommunication product. For each commodities, communities gave higher preference to China's communication and audio/video product than others. The other way, they gave higher preference to several non-China's product as garment, footwear, automotive and vehicles, computers products and other household electronics tools type. On income perspective, some China's commodities was classified to normal and inferior commodities. The normal commodities identified were electronics tools for audio/video, telecommunication, computer, other kinds of electronics tools, and foot wear product. The other way, to kitchen electronic tools, automotive and vehicles, garment and toys product were classified to inferior product. To last of the fourth products, if the community income increased, they would shift their demand to non-China's product.*

**Keywords:** *China's and non-China's product, preference, normal, inferior*

### PENDAHULUAN

Pasar global dapat bermakna sebagai pasar internasional yang berlaku antar negara yang ditandai tidak ada lagi hambatan lintas batas antar negara. Dengan demikian komposisi produk di satu negara akan semakin mungkin untuk dipenuhi oleh produk-produk impor.

Liberalisasi perdagangan dunia membawa konsekuensi Indonesia harus selalu meningkatkan kemampuan bersaingnya di pasar global, terutama di pasar dalam negeri. Untuk pasar dunia, Indonesia menempati posisi yang kurang menguntungkan dalam perdagangan bebas. Menurut World Economic Forum pada tahun 2008 yang mempublikasikan The Global Competitiveness Report memperlihatkan bahwa daya saing (Global Competitiveness Index atau GCI) Indonesia dalam persaingan global cukup rentan. Pada tahun 2007, peringkat daya saing Indonesia berdasarkan Growth Competitiveness Index berada di urutan ke-54 dari 134 negara. Data selengkapnya untuk urutan 80 negara terdapat pada tabel 1. Prestasi Indonesia di 2008 tersebut relatif tidak mengalami kemajuan dibandingkan prestasi tahun 2007 yang juga berada di urutan 54 dari 131 negara. Bahkan pada tahun 2009 Indonesia menurun kemampuan daya saingnya satu tingkat menjadi di urutan 55.

Menurut data GCI, posisi Indonesia masih lebih baik daripada daya saing Vietnam maupun Filipina. Meskipun demikian jika dibandingkan dengan negara di kawasan Asia Tenggara lainnya maupun kawasan Asia Timur, Indonesia terlihat jauh tertinggal. Singapura, Jepang, Korea Selatan, Cina, Malaysia dan Brunei Darussalam menempati posisi

kemampuan daya saing yang dekat dengan negara industri barat.

Pada tahun 2010 telah disepakati perdagangan bebas antar wilayah Asia Tenggara dengan melibatkan Cina. Jika ditilik dari hasil rekam CGI untuk daya saing tahun 2008, Cina merupakan negara industri baru yang memiliki potensi sebagai ancaman bagi negara lain. Hanya dalam periode 1 tahun saja (2007 sampai 2008), daya saing Cina meningkat 4 tingkat dari ranking 34 menjadi 30. Negara ini juga terlihat lebih mampu untuk bersaing dibandingkan dengan negara ASEAN.

Di samping itu kekuatan ekonomi Cina yang besar juga turut mendorong ekspansi yang lebih besar ke negara lain. Dari ukuran Produk Domestik Bruto berdasar Purchasing Power Parity, PDB Cina telah melebihi kekuatan PDB Jepang. Pada tahun 2007, PDB PPP Cina berada pada posisi ke dua setelah Amerika sementara Jepang di posisi ke tiga. Hal ini mengindikasikan peta kekuatan ekonomi dunia telah bergeser (KADIN, 2009).

Perkembangan perekonomian Cina yang sangat pesat telah mendapat perhatian seluruh negara di dunia, baik itu sebagai ancaman maupun membuka munculnya peluang yang baru (Departemen Perdagangan, 2005). Meskipun produk Cina telah dikenal lama di dunia untuk berbagai produk spesifik, tetapi dengan masuknya Cina pada pasar bebas dunia dapat menjadi ancaman karena akan mengindikasikan semakin mudahnya produk Cina masuk ke pasar domestik. Terlebih dengan pertumbuhan manufakturnya yang pesat, produk Cina semakin variatif dengan hasil produk yang bercitra teknologi tinggi.

Tekanan produk Cina menimbulkan kekhawatiran tersendiri pada eksistensi produk domestik di pasar dalam negeri maupun luar negeri. Demikian pula Cina dianggap sebagai ancaman karena komoditas-komoditas ekspornya yang makin berkualitas dan harganya relatif murah.

Di sisi lain, produk Cina juga dapat memberikan gambaran adanya peluang bagi perusahaan domestik. Hal ini setidaknya terungkap dari Working Group on Economic Cooperation (2001) di mana Free Trade Area ASEAN-Cina diperkirakan dapat memberi keuntungan bagi kedua belah pihak. Ekspor ASEAN ke Cina akan meningkat sebesar 48 persen dan ekspor Cina ke ASEAN akan meningkat 55,1 persen. GDP riil ASEAN diperkirakan bertambah sebesar US\$5,4 miliar (0,9 persen) dan GDP riil Cina akan meningkat sebesar US\$ 2,2 miliar (0,3 persen). Kenaikan GDP anggota ASEAN terbesar akan dinikmati oleh Vietnam (2,15 persen), sedangkan Indonesia (1,12 persen) sedikit lebih rendah dari Malaysia (1,17 persen) (KADIN, 2009).

Satu sisi yang perlu diungkap adalah bahwa dampak liberalisasi perdagangan tidak hanya berpengaruh terhadap produksi, namun juga dapat terjadi pada perubahan konsumsi. Pada banyak negara termasuk Indonesia, liberalisasi perdagangan telah mempengaruhi pola konsumsi masyarakat termasuk dalam menyikapi produk impor.

Pada umumnya riset mengenai ketahanan suatu produk domestik dilihat dari sisi produsen. Dalam hal ini jika proses produksi perusahaan domestik tidak mampu menghasilkan produk dengan tingkat efisiensi yang lebih tinggi dari produk impor, maka hasil produk domestik tersebut tidak akan mampu bersaing di pasar domestik. Demikian pula, jika proses produksi perusahaan domestik untuk tujuan ekspor lebih rendah efisiensinya dibandingkan dengan perusahaan berlokasi di negara lain maka pasar perusahaan domestik tersebut akan memiliki daya saing yang rendah di pasar global. Dengan demikian bagaimana pengukuran kemampuan produk untuk tetap eksis dapat dilihat dari sisi produsen dengan memperhitungkan efisiensi proses produksinya.

Di sisi lain, kemampuan produk domestik untuk tetap bertahan juga ditentukan dari sisi konsumennya. Logikanya sangat jelas jika preferensi konsumen pada produk domestik rendah jika dibandingkan dengan produk impor maka konsumen dalam negeri akan meninggalkan produk domestik. Mereka akan lebih memilih produk impor. Sebaliknya demikian pula ketika preferensi konsumen pada produk domestik masih tetap tinggi. Pada sisi ini, pengukuran daya tahan produk domestik dapat diukur dari seberapa besar preferensi permintaan masyarakat pada produk impor.

Terkait dengan berlakunya CAFTA (Cina ASEAN Free Trade Area) pada 2010 ini, artikel hasil

penelitian ini akan menyajikan gambaran preferensi masyarakat Purwokerto pada komoditas-komoditas tahan lama impor asal Cina. Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat munculnya kekhawatiran bahwa masyarakat akan beralih ke produk Cina yang lebih variatif dengan harga lebih murah. Jika preferensi masyarakat telah beralih maka akan mematikan produk lokal dan imbasnya pada jatuhnya sektor ekonomi lokal.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa meningkatnya impor produk asal Cina seusai pemberlakuan CAFTA 2010 memiliki potensi terjadinya gangguan pada ketahanan produk dalam negeri. Seberapa potensi gangguan tersebut dapat ditelusuri dari sisi kekuatan daya saing perusahaan yang diukur dari tingkat efisiensi usaha maupun dari sisi konsumsi masyarakat. Dari sisi konsumen, seberapa besar produk impor asal Cina memberikan dampak penting pada menurunnya daya saing pada produk hasil produksi domestik dapat diukur dengan mengetahui konsumsi dan preferensi masyarakat pada produk Cina dan membandingkannya dengan konsumsi dan preferensi produk domestik. Kekhawatiran ini juga didukung dengan menguatnya kemampuan daya saing produk Cina terutama di sektor manufaktur di pasar global.

Penelitian mengenai konsumsi dan preferensi masyarakat Purwokerto ini bertujuan untuk:

1. Membuat pemetaan komoditas tahan lama impor asal Cina dari sisi preferensi masyarakat Purwokerto.
2. Mengetahui preferensi masyarakat Purwokerto pada produk tahan lama bukan asal Cina dengan produk impor asal Cina sebagai substitusinya.

## METODE PENELITIAN

### A. Materi Data dan Metode Pengumpulannya

Kajian analisis konsumsi produk Cina pada Masyarakat Purwokerto ini akan menggunakan data primer. Data ini diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan responden. Metode pengumpulannya dilakukan dengan stratifikasi antar waktu dan antar ruang. Pada pola antar waktu, pengambilan data dilakukan selama periode 2 bulan. Harapannya adalah akan dapat diketahui perkembangan respons dari nara sumber. Setiap bulan dilakukan survei terhadap 100 orang responden. Dengan demikian sampel data penelitian ini akan diperoleh sebanyak 200 sampel responden. Pada pola antar ruang, data dikumpulkan berdasar basis 4 kecamatan di wilayah perkotaan Purwokerto. Jumlah sampel per kecamatan adalah sebanyak 25 responden.

Produk Cina pada artikel penelitian ini didefinisikan sebagai komoditas asal Cina yang berasal dari impor secara langsung (built-up) maupun komponen impor terurai yang dilakukan perakitannya di dalam negeri. Sementara, referensi konsumen pada produk Cina menurut penelitian ini didefinisikan sebagai pengalaman responden dalam melakukan transaksi pembelian maupun ketertarikan atau minat untuk membeli produk Cina.

## B. Penghitungan Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen menunjukkan perilaku konsumen untuk memilih apakah suatu produk perlu atau penting untuk dikonsumsi atau tidak. Pada penelitian ini untuk mengetahui nilai preferensi konsumen digunakan ukuran nilai semantic differential di mana dengan ukuran ini nilai data yang sifatnya ordinal dikonversi menjadi kardinal. Nilai dari variabel *dummy* atau skala [0 ; 1] diasumsikan sudah cukup memadai untuk mengukur nilai preferensi konsumen.

Dua pertanyaan diajukan pada responden untuk menilai preferensi tersebut, yaitu:

1. Apakah Bapak/Ibu pernah membeli produk asal Cina?
2. Apakah Bapak/Ibu tertarik untuk membeli produk asal Cina?

Dua pertanyaan tersebut akan dijawab oleh konsumen dengan jawaban:

- 0 ; mewakili jawaban "Tidak"
- 1 ; mewakili jawaban "Ya"

Jawaban "ya" dapat diasumsikan sebagai preferensi konsumen untuk memilih (*prefer*) produk impor asal Cina sedangkan jawaban "tidak" menunjukkan preferensi konsumen untuk tidak memilih (*un-prefer*) pada produk asal Cina.

Selanjutnya, kedua pertanyaan tersebut digabung untuk mendapatkan preferensi global (utama). Hasil tabulasi jawaban dari dua pertanyaan yang berbeda tersebut akan dikalkulasi untuk menghasilkan besaran:

- 0 ; mewakili jawaban "*no prefer*" atau "tidak memilih" di mana konsumen "belum pernah" dan atau " tidak tertarik" untuk membeli produk Cina.
- 1 ; mewakili jawaban "*prefer*" atau "memilih" di mana konsumen "pernah" dan sekaligus "tertarik" untuk membeli produk Cina.

Untuk mendeteksi posisi produk, apakah komoditas asal Cina ini dipandang sebagai produk normal atau inferior, penelitian ini mengestimasi pengaruh perubahan pendapatan pada preferensi masyarakat. Terkait dengan sulitnya mendapatkan data pendapatan responden, penelitian ini

menggunakan proksi pengeluaran untuk mewakili nilai pendapatan responden. Jawaban responden diklasifikasikan menjadi 3 kategori:

- 1 ; responden dengan pengeluaran Rp1 sampai Rp3 juta per bulan.
- 2 ; responden dengan pengeluaran di atas Rp3 sampai Rp5 juta per bulan
- 3 ; responden dengan pengeluaran di atas Rp5 juta per bulan

Pada penelitian ini, produk Cina yang dianalisis meliputi 9 jenis komoditas. Pilihan ini merujuk pada jenis komoditas menurut Survei Konsumen yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia pada tahun 2006 serta pendekatan apriori. Komoditas tersebut meliputi:

1. Elektronika jenis audio video (televisi, radio, parabola, *satellite receiver*, *home stereo*, *walkman*, *i-pod*, karaoke, *headset*, dan sejenisnya)
2. Elektronika jenis telekomunikasi (*hand phone*, *pager*, *walky-talky*, dan sejenisnya)
3. Elektronika jenis komputer (*desktop*, *notebook*, *netbook*, *i-pad*, *printer*, *scanner*, kalkulator, dan perangkat komputer sejenisnya)
4. Elektronika jenis alat dapur rumah tangga (kulkas, blender, *microwave*, *coffeemaker*, dan peralatan dapur elektronik lainnya)
5. Elektronika jenis lainnya (AC, jam dinding/meja, dan *electronic home appliance* lainnya)
6. Kendaraan (meliputi mobil, motor dan sepeda)
7. Sandang (pakaian, kemeja, kain, dan produk garmen lainnya)
8. Alas kaki (sepatu, sandal, kaus kaki dan perlengkapan sejenisnya)
9. Mainan anak-anak

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Persepsi Responden atas Produk Impor Asal Cina

Secara umum, masyarakat Purwokerto cukup mampu membedakan antara produk impor asal Cina dengan produk Non-Cina. Sekitar 62,89% masyarakat mampu membedakannya dan selebihnya sekitar 37,11% kurang dapat membedakan suatu komoditas sebagai produk Cina atau bukan. Jika dirinci untuk setiap jenis komoditas yang diteliti, masyarakat paling mampu membedakan antara komoditas elektronik komunikasi asal Cina (sekitar 84%). Hanya sekitar

16% yang tidak mampu membedakannya. Demikian pula untuk jenis kendaraan, masyarakat yang mampu membedakan produk Cina ini sekitar 83,5%.

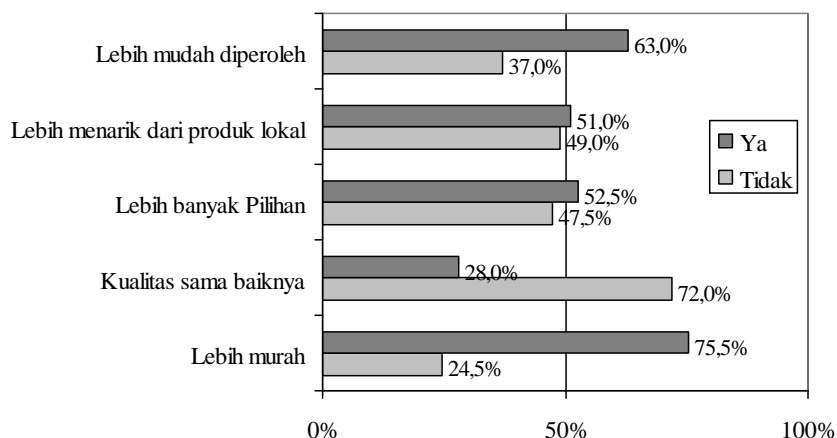
Sementara, untuk produk elektronika audio video cukup besar juga, sekitar 68%. Sebaliknya, untuk produk elektronika jenis komputer dan elektronika lainnya masyarakat cenderung kurang mampu mengerti perbedaannya. Sekitar 51% masyarakat tidak mampu membedakan komoditas elektronik komunikasi dan 52% tidak mampu membedakan komoditas elektronik jenis lainnya.

Masyarakat juga lebih meyakini bahwa berbagai produk impor asal Cina cukup mampu mengancam keberadaan produk lokal. Sekitar 75% masyarakat Purwokerto menganggap produk Cina berpotensi untuk menurunkan daya saing produk lokal.

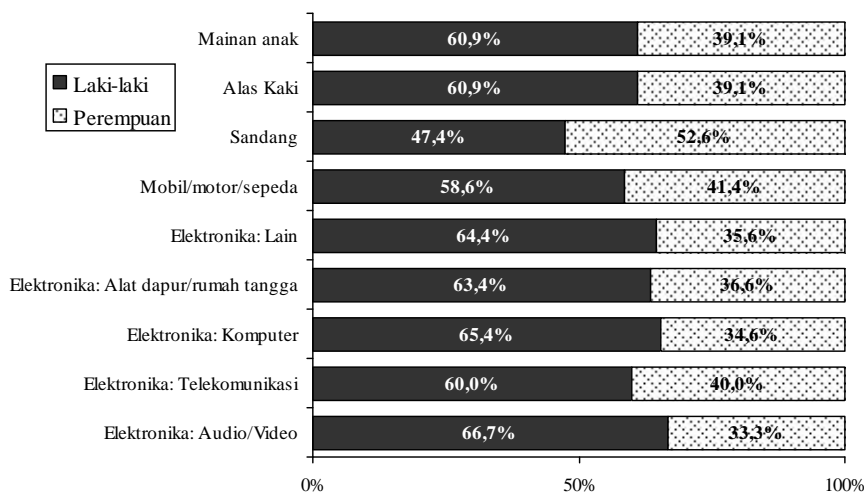
Meskipun responden meyakini adanya potensi ancaman dari produk Cina terhadap produk lokal, masyarakat masih bersedia untuk melakukan transaksi pembelian pada produk asal Cina. Alasan

yang paling mendominasi adalah faktor harga. Sekitar 76% masyarakat membeli produk Cina karena harganya yang lebih murah. Demikian pula faktor ketersediaannya, sekitar 63% masyarakat memilih produk Cina karena cenderung mudah diperoleh di pasar. Alasan lainnya adalah produk Cina lebih menarik dari produk lokal (51%) dan ketersediaannya yang lebih bervariasi (52,5%). Sementara untuk faktor kualitas mendapatkan respons berbeda di mana mayoritas masyarakat menyatakan faktor kualitas bukan menjadi alasan untuk memilih produk Cina.

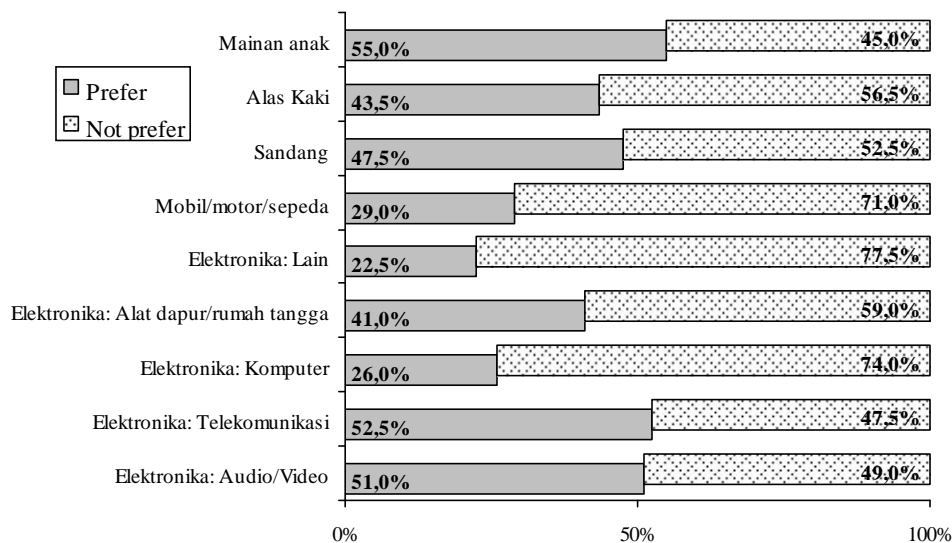
Identifikasi di lapangan memperlihatkan pengambil keputusan keuangan rumah tangga untuk memilih produk asal Cina di Purwokerto cenderung didominasi oleh jenis kelamin laki-laki. Hanya komoditas sandang yang pembelianya didominasi oleh kelompok perempuan. Pada preferensi produk elektronik asal Cina, pengambil keputusan oleh kelompok laki-laki sekitar 60% sampai 66,7% responden. Sementara, dominasi laki-laki sekitar 58,6% untuk preferensi pembelian komoditas kendaraan.



**Gambar 1. Alasan Masyarakat Tetap Membeli Produk Asal Cina**



**Gambar 2. Distribusi Responden yang Cenderung Memilih (Prefer) pada 9 Jenis Komoditas Asal Cina Menurut Jenis Kelamin**



**Gambar 3. Preferensi pada 9 Jenis Komoditas Asal Cina**

Hasil penelusuran untuk setiap komoditas yang diteliti ditemukan adanya variasi preferensi. Preferensi pada komoditas Cina tertinggi adalah pada mainan anak-anak. Sekitar 55% responden cenderung pernah membeli dan atau tertarik membelinya. Secara riil di lapangan (field study) hal ini cukup wajar. Sebagian besar produk mainan anak merupakan produk asal Cina. Selain harganya relatif murah, variasinya juga sangat banyak. Hampir sulit ditemukan kompetitor yang mampu menggeser produk asal Cina di pasar dalam negeri. Komoditas lain asal Cina yang cukup tinggi preferensinya adalah elektronika jenis barang komunikasi dan audio/video.

Beberapa jenis komoditas elektronik asal Cina memperlihatkan kurang mendapat preferensi tinggi dari masyarakat Purwokerto. Hal ini diperlihatkan oleh preferensi minor dari responden pada komoditas elektronik untuk jenis komputer, peralatan dapur serta elektronik lainnya. Komoditas kendaraan angkutan asal Cina juga relatif tidak disukai oleh konsumen. Jumlah responden yang menyatakan memilih produk Cina sekitar 29%.

Untuk komoditas lain, yaitu sandang dan alas kaki asal Cina, meskipun tidak mendominasi preferensi masyarakat tetapi produk ini cukup diminati. Responden yang cenderung memilih produk sandang asal Cina sekitar 47,5% dan produk alas kaki asal Cina sekitar 43,5%. Besaran angka ini cukup penting untuk mendeteksi kerawanan pasar domestik untuk komoditas sejenis.

Preferensi masyarakat pada produk Cina tersebut merupakan gangguan pada pasar tekstil dan alas kaki domestik. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmat, Aziz, Dian, Agus (2009) untuk produk alas kaki pada kasus di Tasikmalaya. Makin tingginya harga bahan baku dan lebih rendahnya

harga produk asal Cina telah menurunkan omzet para pengusaha alas kaki di Tasikmalaya. Secara psikologis konsumen menilai untuk beberapa produk alas kaki tertentu, misalnya sandal jepit, dianggap sebagai barang inferior. Konsumen akan lebih memilih produk dengan harga yang lebih rendah, tidak mementingkan kualitas dan karena itu akan lebih mudah untuk melakukan diferensiasi pembelian. Demikian pula untuk produk tekstil, terdapat beberapa bukti dari penelitian tersebut bahwa pasar produk tekstil asal Tasikmalaya, terutama kain bordir, mendapat ancaman cukup penting dari makin banyaknya produk Cina yang beredar di pasar domestik.

## **B. Peta Komoditas Asal Cina menurut Preferensi Masyarakat Purwokerto.**

### **1. Produk Elektronik Audio/Video Cina**

Produk elektronika audio/video asal Cina cenderung diminati oleh masyarakat Purwokerto. Hal ini terlihat dari sebanyak 200 responden terpilih, mereka mayoritas menyatakan pernah membeli dan atau tertarik untuk membelinya. Responden yang berminat dan atau pernah membeli produk Cina ini sebanyak 51% dari total responden.

Dari jenis produknya apakah merupakan barang normal atau tidak, produk elektronika audio/video asal Cina termasuk barang normal. Hal ini diketahui dari fungsi regresi yang menunjukkan ketika pendapatan masyarakat (Purwokerto) naik maka akan mendorong kenaikan permintaan produk tersebut. Hasil estimasinya adalah;

$$\text{Pref [ beli ; tidak ]} = f (\text{Income}) ;$$

$$\wedge Q = 0,5016 + 0,0066 I$$

Dari perhitungan elastisitas pendapatan, elastisitas produk ini cukup rendah, sebesar positif 0,0165. Angka ini mengindikasikan meskipun produk elektronika asal Cina jenis ini cukup diminati tetapi preferensi masyarakat hanya sedikit berubah ketika pendapatannya meningkat.

## 2. Produk Elektronik Telekomunikasi Cina

Untuk komoditas elektronika telekomunikasi asal Cina cenderung diminati oleh masyarakat Purwokerto. Responden yang berminat dan atau pernah membeli produk Cina ini sebanyak 52,5% dari total responden.

Produk asal Cina ini tergolong pada barang normal. Dari fungsi regresinya dapat diketahui ketika pendapatan masyarakat (Purwokerto) naik maka akan mendorong kenaikan permintaan produk tersebut. Hasil estimasinya adalah;

$$\text{Pref [ beli ; tidak ]} = f (\text{Income}) ;$$

$$\wedge Q = 0,4765 + 0,0382 I$$

Dari perhitungan elastisitas pendapatan, elastisitas produk ini lebih tinggi dari produk audio/video, yaitu sebesar positif 0,0923. Angka ini mengindikasikan meskipun produk elektronika jenis ini cukup diminati tetapi preferensi masyarakat hanya sedikit berubah ketika pendapatannya meningkat.

## 3. Produk Elektronik Komputer Cina

Produk Komputer asal Cina cenderung kurang diminati oleh masyarakat Purwokerto. Hal ini terlihat dari sebanyak 200 responden terpilih, mereka mayoritas menyatakan belum pernah membeli dan tidak tertarik untuk membelinya. Responden dengan preferensi minor pada produk Cina ini sebanyak 26,0% dari total responden.

produk elektronika komputer asal Cina termasuk barang normal. Dari fungsi regresinya dapat diketahui ketika pendapatan masyarakat (Purwokerto) naik maka akan mendorong kenaikan pilihan permintaan produk tersebut. Hasil estimasinya adalah;

$$\text{Pref [ beli ; tidak ]} = f (\text{Income}) ;$$

$$\wedge Q = 0,2241 + 0,0282 I$$

Dari perhitungan elastisitas pendapatan, elastisitas produk ini lebih tinggi dari produk audio/video maupun telekomunikasi, yaitu sebesar positif 0,1379. Angka ini mengindikasikan meskipun produk elektronika jenis ini cukup diminati tetapi preferensi masyarakat hanya sedikit berubah ketika pendapatannya meningkat.

## 4. Produk Elektronik Alat dapur/Rumah Tangga Cina

Produk elektronika alat dapur asal Cina cenderung kurang diminati oleh masyarakat Purwokerto. Jumlah responden yang prefer pada produk Cina ini sebanyak 41% dari total responden.

Produk elektronika alat dapur asal Cina termasuk barang inferior. Dari fungsi regresinya dapat diketahui ketika pendapatan masyarakat (Purwokerto) naik maka akan mendorong penurunan pilihan permintaan produk tersebut. Hasil estimasinya adalah;

$$\text{Pref [ beli ; tidak ]} = f (\text{Income}) ;$$

$$\wedge Q = 0,5040 - 0,0740 I$$

Dari perhitungan elastisitas pendapatan, elastisitas produk ini sebesar negatif 0,2293. Angka ini mengindikasikan produk alat dapur asal memang terbukti kurang diminati masyarakat dan preferensi masyarakat Purwokerto akan berbalik ketika pendapatannya meningkat. Dengan kata lain jika pendapatan meningkat maka masyarakat akan beralih ke produk non-Cina.

## 5. Produk Elektronik Rumah Tangga Lainnya Cina

Produk elektronika kategori lain (seperti pendingin ruang, kipas angin, atau jam digital) asal Cina cenderung kurang diminati oleh masyarakat Purwokerto. Mayoritas responden menyatakan belum pernah membeli dan tidak tertarik untuk membelinya. Jumlah responden dengan preferensi pada produk Cina ini sebanyak 22,5% dari total responden.

produk elektronika lainnya asal Cina termasuk barang normal. Dari fungsi regresinya dapat diketahui ketika pendapatan masyarakat (Purwokerto) naik maka akan mendorong kenaikan pilihan permintaan produk tersebut. Hasil estimasinya adalah;

$$\text{Pref [ beli ; tidak ]} = f (\text{Income}) ;$$

$$\wedge Q = 0,1729 + 0,0411 I$$

Dari perhitungan elastisitas pendapatan, elastisitas produk ini sebesar positif 0,2317. Meskipun komoditas jenis ini kurang diminati masyarakat Purwokerto, identifikasi elastisitas pendapatan menunjukkan adanya tambahan permintaan ketika pendapatan masyarakat meningkat. Anomali ini muncul dengan dugaan masyarakat kurang mampu membedakan produk ini yang berasal dari impor asal Cina dengan produk Non-Cina

## 6. Produk Mobil/motor/sepeda Cina

Produk kendaraan bermotor/tidak bermotor yang meliputi mobil, sepeda motor dan sepeda asal Cina relatif kurang diminati oleh masyarakat Purwokerto. Dari 200 responden terpilih, mayoritas menyatakan belum pernah membeli dan tidak tertarik untuk membelinya. Jumlah responden dengan preferensi pada produk Cina ini sebanyak 29,0% dari total responden.

produk kendaraan (transportasi) asal Cina dianggap sebagai barang inferior. Dari fungsi regresinya dapat diketahui ketika pendapatan masyarakat (Purwokerto) naik maka akan mendorong penurunan pilihan permintaan produk tersebut. Hasil estimasinya adalah;

$$\text{Pref [ beli ; tidak ]} = f (\text{Income}) ; \\ \Delta Q = 0,3203 - 0,0239 I$$

Dari perhitungan elastisitas pendapatan, elastisitas produk ini sebesar negatif 0,1047. Besaran negatif ini mengindikasikan produk transportasi memang terbukti kurang diminati masyarakat dan preferensi masyarakat Purwokerto akan berbalik ketika pendapatannya meningkat. Dengan kata lain jika pendapatan meningkat maka masyarakat akan beralih ke produk non-Cina.

## 7. Produk Sandang Cina

Dari 200 responden terpilih, mayoritas menyatakan belum pernah membeli dan tidak tertarik untuk membelinya. Jumlah responden dengan preferensi pada produk Cina ini sebanyak 47,5% dari total responden.

Produk sandang impor asal Cina relatif teridentifikasi tidak berbeda dengan kendaraan (transportasi) asal Cina dari sifat komoditasnya, yaitu dianggap sebagai barang inferior. Dari fungsi regresinya dapat diketahui ketika pendapatan masyarakat (Purwokerto) naik maka akan mendorong penurunan pilihan permintaan produk tersebut. Hasil estimasinya adalah;

$$\text{Pref [ beli ; tidak ]} = f (\text{Income}) ; \\ \Delta Q = 0,5418 - 0,0526 I$$

Dari perhitungan elastisitas pendapatan, elastisitas produk ini sebesar negatif 0,1406. Besaran negatif ini mengindikasikan produk sandang asal Cina memang terbukti kurang diminati masyarakat dan preferensi masyarakat Purwokerto akan berbalik ketika pendapatannya meningkat. Dengan kata lain jika pendapatan meningkat maka masyarakat akan beralih ke produk non-Cina.

## 8. Produk Alas Kaki Cina

Produk alas kaki (sepatu, sandal dan sejenisnya) asal Cina relatif kurang diminati oleh masyarakat Purwokerto. Jumlah responden dengan preferensi pada produk Cina ini sebanyak 43,5% dari total responden.

produk alas kaki asal Cina termasuk barang normal. Dari fungsi regresinya dapat diketahui ketika pendapatan masyarakat (Purwokerto) naik maka akan mendorong kenaikan pilihan permintaan produk tersebut. Hasil estimasinya adalah;

$$\text{Pref [ beli ; tidak ]} = f (\text{Income}) ; \\ \Delta Q = 0,4073 + 0,0218 I$$

Dari perhitungan elastisitas pendapatan, elastisitas produk ini cukup rendah, yaitu sebesar positif 0,0635. Angka ini mengindikasikan meskipun komoditas alas kaki ini cukup diminati tetapi preferensi masyarakat hanya sedikit berubah ketika level pendapatannya meningkat.

## 9. Produk Mainan Anak Cina

Produk mainan anak-anak asal Cina relatif cukup diminati oleh masyarakat Purwokerto. Dari 200 responden terpilih, mayoritas menyatakan pernah membeli dan tertarik untuk membelinya. Jumlah responden dengan preferensi pada produk Cina ini sebanyak 55% dari total responden.

Produk mainan anak-anak impor asal Cina relatif teridentifikasi tidak berbeda dengan produk sandang asal Cina dari sifat komoditasnya, yaitu dianggap sebagai barang inferior. Dari fungsi regresinya dapat diketahui ketika pendapatan masyarakat (Purwokerto) naik maka akan mendorong penurunan pilihan permintaan produk tersebut. Hasil estimasinya adalah;

$$\text{Pref [ beli ; tidak ]} = f (\text{Income}) ; \\ \Delta Q = 0,5811 - 0,0244 I$$

Dari perhitungan elastisitas pendapatan, elastisitas produk ini sebesar negatif 0,0565. Produk ini memang diminati masyarakat tetapi preferensi masyarakat Purwokerto akan berbalik ketika pendapatannya meningkat. Dengan kata lain jika pendapatan meningkat pada level berikutnya, masyarakat segera berusaha beralih ke produk non-Cina.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menggali bagaimana kemampuan daya tahan produk lokal akibat semakin banyaknya produk Cina yang masuk ke pasar domestik. Dengan fokus pada sisi permintaan masyarakat domestik, penelitian ini penting untuk mendeteksi preferensi masyarakat antara komoditas Cina dan Non-Cina. Dengan wilayah spesifik, penelitian ini akan menguji preferensi masyarakat Purwokerto pada komoditas asal Cina.

Secara umum, masyarakat Purwokerto cukup mampu membedakan antara produk impor asal Cina dengan produk Non-Cina. Untuk setiap jenis komoditas yang diteliti, masyarakat paling mampu membedakan antara komoditas elektronik komunikasi asal Cina.

Hasil penelusuran untuk setiap komoditas yang diteliti ditemukan variasi preferensi. Preferensi pada komoditas Cina tertinggi adalah pada mainan anak-anak. Preferensi yang tinggi lainnya adalah peralatan elektronika telekomunikasi (termasuk telematika) serta elektronik audio/video. Sebaliknya, masyarakat cenderung memberikan preferensi yang lebih tinggi pada produk non-Cina untuk komoditas alas kaki, sandang (garmen), kendaraan, elektronik jenis komputer dan elektronika untuk rumah tangga.

Pada sisi pendapatan, beberapa komoditas asal Cina tergolong barang normal maupun inferior. Beberapa jenis komoditas yang teridentifikasi sebagai barang normal adalah produk elektronik audio/video, telekomunikasi, komputer, elektronik lainnya dan alas kaki. Sementara untuk peralatan elektronika dapur, kendaraan, produk sandang dan mainan anak dapat digolongkan sebagai barang inferior. Pada 4 jenis komoditas terakhir, masyarakat cenderung akan beralih ke produk Non Cina jika pendapatan mereka meningkat.

Beberapa saran yang dapat dikemukakan dari artikel ini antara lain:

1. Analisis preferensi komoditas produk Cina mengambil sudut pandang mikro tentang bagaimana reaksi konsumen terhadap pilihan komoditasnya. Aspek kebijakan yang lebih tepat adalah kebijakan dengan sasaran bagaimana mengarahkan preferensi masyarakat untuk lebih tertarik pada produk lokal. Karena itu, pemerintah perlu mengupayakan cara untuk mempertahankan preferensi masyarakat pada komoditas lokal atau domestik tetap terjaga.
2. Dari sisi penguatan kebijakan manufaktur, pemerintah perlu meningkatkan penerapan standarisasi (SNI) komponen termasuk safety standard untuk melindungi eksistensi industri dalam negeri terkait dengan makin tingginya permintaan masyarakat pada komoditas yang lebih aman untuk dikonsumsi.

3. Pengambil kebijakan perlu melakukan deteksi dini terhadap industri-industri dalam negeri yang berpotensi terkena dampak negatif dan penting dari komoditas impor asal Cina, seperti komoditas alas kaki dan garmen
4. Membudayakan masyarakat untuk mencintai produk dalam negeri di antaranya melalui promosi dan periklanan, serta memasukannya dalam kurikulum pendidikan sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Deperindag. 2008. *Roadmap 2025 Industri Elektronika*. Direktorat Jenderal Industri Alat Transportasi dan Elektronika, Jakarta.
- KBI Purwokerto. 2010. *Survei Konsumen di Purwokerto*. Kantor Bank Indonesia Purwokerto. Beberapa edisi.
- KADIN. 2009. *Butir-butir Pemikiran Perdagangan Indonesia 2009 – 2014*. Kamar Dagang dan Industri (KADIN), Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Sumbangsih Pemikiran Dunia Usaha di Indonesia untuk Pemerintah Republik Indonesia Masa Bakti 2009 – 2014*. Kamar Dagang dan Industri (KADIN), Jakarta.
- Rahmat P, Abdul Aziz A., Dian P.J., Agus A. 2009. *Kajian Pemetaan Potensi Industri Kreatif Tasikmalaya dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Daerah (Titik Masuk di Industri Bordir, Batik, Alas Kaki, Anyaman dan Kerajinan)*. Kerja sama Fakultas Ekonomi UNOSED dan KBI Tasikmalaya, Tasikmalaya.
- Setneg. 2010. *ACFTA sebagai Tantangan Menuju Perekonomian yang Kompetitif*. www.setneg.co.id, 07 April 2010.
- WEF. 2008. *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. World Economic Forum.