

Basis dan non basis

Cara memilah

Metode

1. Metode Langsung
2. Metode tidak Langsung
3. Metode Campuran
4. Metode LQ

METODE LANGSUNG (1)

- ▶ Dengan cara melakukan survai langsung kepada pelaku usaha tentang:
 - Kemana memasarkan barang yang diproduksi
 - Darimana membeli bahan untuk produksi
- ▶ Dari jawaban tsb, dpt ditentukan % yang dijual ke luar wilayah, dan % yang dipasarkan dalam wilayah, demikian juga utk bahan baku.
- ▶ Berapa yang bekerja pada kegiatan tsb, berapa nilai tambah yang diciptakan. (pendapatan).

METODE LANGSUNG (2)

- ▶ Bila dilihat dari jumlah produksi (usaha/ kegiatan) → berapa porsi yang dijual keluar wilayah dan tidak. Sulit.
- ▶ Apakah rata2, atau trend?
- ▶ → rumit (biaya & waktu)

METODE TIDAK LANGSUNG

- ▶ Metode asumsi.
- ▶ Ada kegiatan yang diasumsikan sebagai kegiatan basis dan kegiatan lain sebagai non basis.
- ▶ Ada kegiatan yang secara tradisional sebagai kegiatan basis, misalnya:
 - Asrama militer
 - Pertambangan
 - Pariwisata
 - Kegiatan lain → non basis

METODE CAMPURAN

- ▶ Metode asumsi : ada kesalahan (tidak akurat)
- ▶ Metode langsung : berat,
- ▶ → gabungan metode langsung & asumsi → metode campuran.
- ▶ Cara:
 1. Survei pendahuluan, pengumpulan data sekunder (mis dari BPS)
 2. Analisis, tentukan asumsinya → sampling

Metode Location Quotient

- ▶ Metode tidak langsung
- ▶ Dengan cara: membandingkan porsi lapangan kerja/NT untuk sektor tertentu di wilayah tertentu dibandingkan dengan porsi lapangan kerja/NT untuk sektor yang sama di tingkat nasional

rumus

$$\blacktriangleright LQ = \frac{li}{e} / \frac{Li}{E}$$

KETERANGAN

- ▶ l_i = banyaknya lap. kerja sektor i di wilayah analisis
- ▶ e = banyaknya lap. kerja di wilayah analisis
- ▶ L_i = banyaknya lap. kerja sektor i secara nasional
- ▶ E = banyaknya lap. kerja secara nasional

- ▶ Catatan= Nasional : merupakan wilayah yang lebih tinggi jenjangnya.

HASIL

▶ $LQ > 1$

▶ ARTI:

- Lapangan kerja sektor i di wilayah analisis porsinya terhadap lapangan kerja total wilayah **lebih besar** bila dibandingkan dengan porsi lapangan kerja untuk sektor yang sama secara nasional.
- *Sektor i di wilayah kita secara proporsional dapat menyediakan lapangan kerja melebihi porsi sektor i secara nasional*

JADI....

- ▶ $LQ > 1 \rightarrow$ Memberi indikasi bahwa sektor tsb adalah *basis*
- ▶ $LQ < 1 \rightarrow$ Memberi indikasi bahwa sektor tersebut adalah *non basis*

Metode LQ

- ▶ Banyak dikritik karena berdasarkan produktivitas dan konsumsi rata-rata antar wilayah dianggap sama, kenyataannya tidak karena itu perlu kalibrasi.
- ▶ Metode → *Minimum Requirement Technique* (Tiebout, 1962)

Minimum Requirement Technique

- ▶ Dikumpulkan beberapa wilayah yang kondisinya untuk sektor tertentu kurang lebih sama.
- ▶ Untuk setiap wilayah dihitung % lap kerja utk setiap sektor
- ▶ Untuk setiap sektor yang sama dibuat ranking per wilayah berdasarkan tinggi ke rendah

Minimum Requirement Technique

- ▶ Kesimpulan :
- ▶ Ranking paling rendah: lapangan kerja untuk memenuhi kebutuhan lokal →
- ▶ Ranking paling tinggi: lap kerja utk ekspor →

- ▶ Artinya?
- ▶ **NON BASIS** dan **BASIS**

Contoh (% lap kerja)

WILAYAH	P	Q	R
SEKTOR			
A	40	50	65
B	20	10	15
C	10	20	10
D	30	20	10

Contoh

- ▶ Ranking sektor A berdasarkan wilayah → tinggi ke rendah
- ▶ R
- ▶ Q
- ▶ P

Contoh

- ▶ Ranking sektor B berdasarkan wilayah → tinggi ke rendah
- ▶ P
- ▶ R
- ▶ Q

Contoh

- ▶ Ranking sektor C berdasarkan wilayah → tinggi ke rendah
- ▶ Q
- ▶ PQ

Contoh

- ▶ Ranking sektor D berdasarkan wilayah → tinggi ke rendah
- ▶ P
- ▶ Q
- ▶ R

Kesimpulan???

Evaluasi atas tingkat ke-basis-an suatu produk

- ▶ Untuk mendorong pertumbuhan wilayah, pertumbuhan sektor **basis** perlu didorong → mendorong sektor **non basis** juga.
- ▶ Untuk suatu wilayah, sektor basis adalah sektor yang menjual produknya ke luar wilayah atau ada kegiatan yang mendatangkan uang dari luar wilayah.
- ▶ Untuk melihat apakah suatu produk yang dihasilkan pasarnya sdh jenuh, → perlu dilihat tingkat ke-basis-an suatu produk. →

Evaluasi atas tingkat ke-basis-an suatu produk

- ▶ Tingkat ke-basis-an suatu produk dapat di-jenjangkan sbb:
 - Jangkauan pemasarannya hanya pada beberapa desa tetangga
 - Jangkauan pemasarannya hanya pada beberapa wilayah kecamatan
 - Jangkauan pemasarannya hanya pada wilayah 1 propinsi
 - Jangajauan pemasarannya mecakup pada beberapa wilayah propinsi
 - Jangkauan pemasarannya mencakup sebagian besar wilayah ekonomi nasional dan ekspor
 - Jangkauan pemasarannya pada hampir seluruh wilayah ekonomi nasional dan merupakan ekspor tradisional

Evaluasi atas tingkat ke-basis-an suatu produk

- ▶ Penjenjangan tsb tidak mutlak.
- ▶ Makin luas pemasaran suatu produk, maka pasarnya makin tidak jenuh → artinya tingkat ke-basis-annya makin tinggi.
- ▶ Artinya harus diprioritaskan utk dikembangkan.