



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

◦ **LQ** =

$$\frac{li}{e} / \frac{Li}{E}$$

KETERANGAN

- li = banyaknya lap. kerja sektor i di wilayah analisis
- e = banyaknya lap. kerja di wilayah analisis
- Li = 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....

- $LQ > 1$ → Memberi indikasi bahwa sektor tsb adalah **basis**
- $LQ < 1$ → 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
 - Jangkauan pemasarannya mencakup 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.