

Pengembangan Klaster Bisnis untuk Memperkuat Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah

Sjarifuddin Hasan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) telah diakui dan terbukti memberikan kontribusi yang sangat signifikan dalam perekonomian suatu bangsa. Menyadari semakin ketatnya persaingan di dunia, maka salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan daya saing UKM. Pengembangan daya saing UKM dapat dilakukan antara lain: (1) Pemerintah, mulai dari tingkat Pusat, Provinsi, sampai ke Kabupaten/Kota harus mampu menumbuhkan iklim yang kondusif bagi berkembangnya UKM-UKM dengan memberikan akses yang sama kepada sumber-sumber daya produktif, baik untuk bahan baku, modal, teknologi, pasar, dan informasi. Beban birokrasi dalam pengurusan perizinan yang berbelit-belit harus dapat dikurangi. Berbagai peraturan yang menghambat tumbuh dan berkembangnya UKM harus dihilangkan. Level playing field harus dibangun dan tidak ada diskriminasi kepada yang besar; (2) dukungan infrastruktur umum harus dikembangkan mulai dari jalan, air bersih, listrik, dan telekomunikasi. Peran pemerintah juga sangat penting dalam memberikan layanan fasilitas umum bagi berkembangnya UKM; (3) mendorong berkembangnya lembaga-lembaga pendukung pengembangan UKM, seperti lembaga baik non finansial maupun lembaga finansial, seperti lembaga layanan bisnis-Business Development Services-Providers (BDS-P), trading house, lembaga keuangan (bank dan non bank), termasuk koperasi, lembaga penjaminan kredit, modal ventura, dan inkubator. Dari pengalaman di banyak negara, membangun daya saing UKM melalui pendekatan klaster bisnis merupakan salah satu alternatif solusi dalam rangka mengoptimalkan sumberdaya yang tersedia. Pendekatan klaster bisnis juga dapat meningkatkan efektivitas dalam pembinaan UKM, memudahkan terjadinya alih teknologi, transfer informasi, dan peningkatan akses UKM pada sumberdaya yang lain, seperti pasar, modal, dan sumber daya manusia.

PENGANTAR

Sebagaimana umumnya di negara-negara maju, UKM telah diakui dan terbukti memberikan kontribusi yang sangat signifikan dalam perekonomian suatu bangsa. Sebut saja di beberapa negara, seperti Itali, kontribusi UKM di Itali terhadap ekspornya lebih besar dari usaha besar pada tahun 1998, yakni mencapai 78%. Di kawasan APEC, kontribusi UKM dalam Produk Domestik Bruto (PDB) berkisar antara 30% s/d 70%. Disamping itu, dalam pembentukan PDB, UKM juga berperan cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja. Untuk kawasan APEC, UKM diperkirakan mampu menyerap sebanyak 50% tenaga kerja yang ada. Di Indonesia sendiri, pada tahun 2012, jumlah UKM termasuk usaha mikro mencapai 55,2 juta unit atau 99,99% dari seluruh usaha nasional telah menyerap lebih dari 101 juta orang angkatan kerja atau 97,3% dari seluruh angkatan kerja yang ada.

Jika disimak secara mendalam, keberadaan UKM bukan saja telah memberikan kontribusi nyata pada pembentukan PDB dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga telah disadari sebagai katup pengaman bagi perekonomian nasional selama krisis terjadi. Hal ini terasa sekali ketika Indonesia dilanda krisis moneter dan berkembang menjadi krisis multidimensi. Ketika usaha besar masih berkuat dengan masalah ketergantungan pada pinjaman luar negeri yang semakin membengkak pada saat krisis, UKM yang fleksibel dalam pengembangan bisnisnya justru menikmati adanya krisis moneter, khususnya bagi UKM-UKM yang bergerak dalam bisnis yang berorientasi pada pasar luar negeri (ekspor). Ketika krisis terjadi, merekalah yang menggerakkan ekonomi Indonesia. Hal ini diperkuat lagi oleh kajian Technical Assistant Asian Development Bank (2001) di Semarang dan Medan yang melakukan survei terhadap 500 UKM di kedua kota tersebut. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa 78% UKM menyatakan tidak terkena dampak dari krisis moneter.

Walaupun UKM disadari sangat strategis dalam perekonomian nasional, secara umum kondisi mereka belumlah kuat sehingga mampu berkiprah dalam persaingan global yang semakin ketat. Oleh karena itu, dalam agenda pemberdayaan UKM harus ditujukan pada upaya meningkatkan kemampuan UKM agar mampu bersaing, baik dalam pasar domestik maupun di pasar internasional.

Bagi yang belum memahami usaha kecil dan menengah (UKM) mungkin bertanya kenapa harus memperkuat daya saing usaha kecil dan menengah? Apa kelebihan dari UKM? Bagaimana kalau daya saing UKM tidak kuat? Jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut serta langkah-langkah yang harus dilakukan akan diuraikan dalam tulisan ini.

BERCERMIN DARI KONDISI SAAT INI

Kalau kita tidak segera berbenah, saya khawatir Indonesia akan semakin tertinggal dari negara lain, baik dalam kerangka ASEAN, APEC, maupun negara lain di dunia. Hal ini semakin nyata bahwa kita selalu tertinggal dari tetangga dekat di ASEAN, baik dalam hal daya saing dan efisiensi pemerintahan maupun efisiensi usaha. Disamping menghadapi tantangan tersebut, Indonesia sendiri juga dipandang sebagai negara yang memiliki daya saing sangat rendah. Menurut *World Economic Forum* (2011), pada tahun 2011-2012 posisi daya saing Indonesia menduduki urutan ke 46 dari 142 negara yang disurvei, dan turun 2 tingkat dari tahun 2010-2011, yang sempat berada pada posisi ke 44. Posisi ini sangat jauh sekali jika dibandingkan negara tetangga, seperti Malaysia yang menduduki urutan ke 21, naik 5 tingkat dari tahun 2010-2011 pada posisi 26, dan Thailand yang menempati urutan ke 39 turun 1 tingkat, yakni dari urutan 38 pada tahun 2010-2011. Bahkan Singapura, walaupun turun 1 tingkat dari tahun 2010-2011 menduduki urutan ke 2 pada tahun 2011-2012.

Vietnam yang termasuk negara baru bergabung di ASEAN sudah memiliki daya saing yang baik, yakni menduduki peringkat 65 dari 142 negara yang disurvei pada tahun 2011-2012, walaupun terjadi penurunan dari tahun 2010-2011 yang sempat menduduki peringkat ke 51 dari 139 negara yang disurvei saat itu. Tentu penurunan daya saing negara ini jangan dianggap remeh, apalagi negara-negara tetangga di ASEAN sendiri terus berbenah untuk meningkatkan daya saingnya. Oleh karena itu, Indonesia-pun hendaknya melakukan hal yang sama dengan mengkaji pada aspek mana yang masih lemah yang memerlukan perbaikan lebih lanjut. Misalnya, dalam perolehan ijin usaha, yang selama ini selalu dikatakan berbelit-belit. Seharusnya pemerintah Indonesia berbenah dan introspeksi diri kenapa di negara lain keadaanya bisa lebih baik.

Bukan saja dalam hal daya saing pemerintahan Indonesia kalah bersaing, akan tetapi juga tingkat efisiensi pemerintahnya, posisi Indonesia juga sangat rendah yakni pada urutan ke 45. Bandingkan dengan Malaysia pada urutan ke 19, Thailand ke 27, dan Filipina ke 37. Demikian juga halnya, kalau kita bandingkan tingkat efisiensi usaha, yakni dari 49 negara yang di survei, Indonesia ada pada urutan terendah yakni 49. Tingkat efisiensi usaha di Indonesia kalah dengan negara-negara di Argentina, Aljazair, Turki dan negara tetangga ASEAN. Hal ini menunjukkan tingkat daya saing usaha Indonesia paling rendah di dunia.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING

Kenapa tingkat daya saing usaha di Indonesia, khususnya UKM sangat lemah? Paling sedikit ada empat faktor yang mempengaruhi daya saing usaha, termasuk UKM. Faktor-faktor tersebut adalah faktor internal dan eksternal suatu perusahaan, baik yang dapat diubah maupun tidak dapat diubah oleh seseorang. Faktor-faktor yang tidak dapat diubah saat ini, harapannya di masa depan akan dapat dipecahkan, setelah melalui penelitian dan perubahan secara teknis. Faktor internal yang dapat diubah adalah: (a) pengetahuan dan kemampuan manajer dan pengusaha tentang teknologi, pemasaran, manajemen, dan lain-lain, dan (b) kemampuan membuat perencanaan dan investasi untuk jangka panjang. Adapun faktor internal yang tidak dapat diubah adalah cakupan dan skala ekonomi atau *economics of scope and economies of scale*. UKM harus menyadari besarannya, kalau tidak, maka faktor ini akan mengurangi daya saingnya dibandingkan dengan usaha besar.

Sementara itu, faktor eksternal yang dapat diubah yang dapat diidentifikasi antara lain:

- (a) Harga dan kualitas dari faktor produksi (termasuk tanah dan iklim) serta input yang merupakan faktor penting karena menentukan keunggulan komparatif untuk berbagai subsektor. Sebagai contoh: Australia tidak mungkin memproduksi garmen dengan kualitas rendah karena upah buruh tinggi. Sebaliknya, Indonesia tidak mungkin memproduksi wool yang kompetitif karena musim dan keterbatasan lahan yang mampu untuk memproduksi domba penghasil wool.

- (b) Faktor yang berkaitan dengan nomor (a) di atas, yaitu keterandalan faktor-faktor produksi dan sumberdaya input lainnya seperti listrik, air, gas, dan yang lainnya.
- (c) Faktor yang juga berkaitan dengan nomor (a) yaitu menyangkut biaya kredit. Kalau biaya kredit lebih mahal dari biaya sosial kredit, misalnya karena sebagian besar kredit berasal dari pelepas uang (*money lenders*), maka secara otomatis akan menurunkan daya saing UKM.
- (d) Faktor lain yang juga menentukan daya saing UKM adalah ketersediaan input pelengkap, jasa-jasa dan pembeli lokal, khususnya dalam mendukung aglomerasi ekonomi. Kalau faktor-faktor pelengkap ini tidak ada, maka daya saing UKM akan rendah.
- (e) Faktor dukungan jasa infrastruktur oleh pemerintah. Ketersediaan jasa infrastruktur seperti jalan yang buruk kualitasnya, jasa pelabuhan untuk pengiriman barang dengan biaya tinggi, keterbatasan ketersediaan air bersih dan lainnya akan memperburuk atau mengurangi daya saing UKM.
- (f) Faktor promosi juga sangat penting untuk mengangkat daya saing. Selama ini UKM kurang memperhatikan skala ekonomi dalam melakukan advertensi, baik melalui media TV, radio ataupun media cetak. Hal ini dapat berakibat buruk pada daya saing UKM itu sendiri.
- (g) Faktor lain adalah keberadaan pembeli produk-produk UKM dan koperasi yang saling berkompetisi satu sama lain. Kalau pembeli produk-produk UKM/koperasi memiliki kekuatan monopsoni atau oligopsoni, hal ini akan merugikan mereka. Salah satu solusinya barangkali perlu mengembangkan koperasi sekunder untuk memasarkan produk UKM dan koperasi.
- (h) Praktik perdagangan illegal oleh perusahaan besar dan terkadang praktik perdagangan legal di Indonesia, tetapi illegal di negara lain juga dapat merusak daya saing UKM. Salah satu praktik yang terjadi adalah kolusi untuk menentukn beli produk UKM yang sangat rendah oleh perusahaan besar.
- (i) Biaya transaksi yang tinggi juga menentukan daya saing UKM, khususnya yang melakukan kemitraan dengan yang besar. Sering

sekali perusahaan besar tidak mengindahkan kontrak yang telah disepakati diawal transaksi. Karena penegakan hukum yang lemah, akibatnya si kecil akan tertekan dan biasanya posisinya selalu kalah.

- (j) Pengaruh otonomisasi yang ditandai dengan adanya Peraturan Daerah yang sering justru menghambat berkembangnya UKM di daerah. Perda-perda ini justru semakin marak dan bahkan terkadang tidak disadari oleh aparat daerah memberi akan dampak negatif bagi berkembangnya UKM di masing-masing daerah.
- (k) Adanya pungutan resmi dan tidak resmi (pungli) juga menjadi beban bagi berkembangnya UKM. Pungutan liar (pungli) menjadi beban hampir di semua sektor usaha.
- (l) Di sebagian besar subsektor, pesaing sering terlibat dalam praktik-praktik bisnis yang tidak legal untuk meningkatkan daya saingnya, seperti pembayaran pajak impor dan ekspor di bawah tangan, demikian juga untuk PPN dan PPH, perolehan sumberdaya alam secara illegal, seperti kayu dibeli secara illegal atau penyampaian impor atau ekspor yang tidak transparan (tidak jujur).
- (m) Kadangkala adanya diskriminasi bisnis berdasarkan atas ras, suku, agama dan lain-lain.
- (n) Secara umum, UKM secara individu tidak mampu membiayai penelitian dan pengembangan. Oleh karena itu, dengan pembiayaan penelitian dan pengembangan secara kolektif akan mampu meningkatkan daya saing UKM tersebut.

Sebaliknya, faktor eksternal yang tidak dapat diubah yang mempengaruhi daya saing UKM adalah biaya modal di pasar – tingkat suku bunga bagi UKM biasanya lebih besar dapat bagi usaha besar kalau kreditnya lebih kecil. Hal ini terjadi karena biaya tetap untuk memperoleh, mengadministrasikan, dan mengawasi pinjaman merupakan persentase nilai mereka dari pinjaman, yang cenderung menurun sejalan dengan meningkatnya nilai kredit yang dipinjam.

STRATEGI MEMBANGUN DAYA SAING UKM

Jika disimak secara mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UKM di atas, maka secara umum dapat diklasifikasikan

bahwa faktor internal yang menentukan daya saing UKM adalah kemampuan pemilik, pengelola, dan karyawan. Jadi kualitas SDM menjadi kunci penentu untuk peningkatan daya saing dari sisi internal. Sementara itu, pada sisi eksternal, secara umum dapat dikelompokkan menjadi : (a) kebijakan pemerintah, baik pusat dan daerah, (b) dukungan infrastruktur, (c) harga kualitas faktor produksi, (d) biaya transaksi, (e) pungutan, (f) perlakuan pesaing, dan (g) diskriminasi bisnis/dagang.

Dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal di atas, maka untuk meningkatkan daya saing UKM, strategi yang dapat ditempuh, yaitu :

- 1) Pemerintah, mulai dari tingkat Pusat, Provinsi, sampai ke Kabupaten/Kota harus mampu menumbuhkan iklim yang kondusif bagi berkembangnya UKM-UKM harus diberikan akses yang sama kepada sumber-sumber daya produktif, baik untuk bahan baku, modal, teknologi, pasar, dan informasi. Beban birokrasi dalam pengurusan perizinan yang berbelit-belit harus dapat dikurangi. Berbagai peraturan yang menghambat tumbuh dan berkembangnya UKM harus dihilangkan. Jadi, level *playing field* harus dibangun dan tidak ada diskriminasi kepada yang besar.
- 2) Dukungan infrastruktur umum harus dikembangkan mulai dari jalan, air bersih, listrik, dan telekomunikasi. Peran pemerintah juga sangat penting dalam memberikan layanan fasilitas umum bagi berkembangnya UKM.
- 3) Mendorong berkembangnya lembaga-lembaga pendukung pengembangan UKM, yaitu lembaga, baik non finansial maupun lembaga finansial seperti lembaga layanan bisnis --Business Development Services-Providers (BDS-P), *trading house*, lembaga keuangan (bank dan non bank, termasuk koperasi), lembaga penjaminan kredit, modal ventura, dan inkubator.

Adapun arah dan sasaran pengembangan UKM harus ditujukan untuk membangun jaringan bisnis atau *business network*. Menurut C. Richard Hatch (2000) dalam makalah yang disampaikan pada lokakarya di Manila, yaitu "The ADB/OECD Workshop on SME Financing in Asia" ada 4 konsep jaringan usaha yang dapat dikembangkan, yaitu

- 1) Jaringan yang melakukan konfirmasi sehingga membentuk rantai perusahaan yang bermakna untuk membuat cakupan bisnis yang ekonomis atau *economic scope*. Beberapa contoh jaringan usaha seperti ini adalah di Denmark, ada 11 perusahaan pembuat pakaian jadi membentuk Christian Dior Line (CD-Line) untuk menggali kemampuan mereka dalam memenuhi perlengkapan untuk memproduksi jas, baju, asesoris, dan retsleting. Perusahaan-perusahaan yang membentuk jaringan tersebut mampu membangun "image clothing" bagi perusahaan besar Eropa.
- 2) Jaringan untuk meningkatkan efisiensi internal memungkinkan UKM agar menyadari pentingnya skala ekonomi. Salah satu contoh yang berhasil mengenai jaringan ini adalah proyek perusahaan penghasil alat-alat pertanian di bagian utara Argentina dekat Propinsi Mato Grasso di Brasil. Jaringan tersebut dibentuk oleh karena adanya kondisi lahan yang berhasil diubah menjadi lebih baik. Mereka sepakat untuk membangun pertanian yang efektif. Mereka mengembangkan konsep pemasaran bersama dan percobaan rekayasa desain untuk mengurangi integrasi vertikal agar proses produksi lebih efisien. Jaringan ini secara perlahan berhasil menjadi spesialisasi manufaktur yang besar, meningkatkan subkontrak dan harga yang kompetitif.
- 3) Jaringan untuk mengembangkan pengelolaan yang ekonomis. Secara teori ekonomi, usaha besar akan memperoleh keuntungan dengan pengelolaan yang ekonomis –adanya kemampuan menyebarkan biaya tinggi dari administrasi yang canggih, pembiayaan, dan aktivitas pemasaran melalui volume transaksi bisnis yang besar. Sementara itu, produksi barang dan jasa yang didesentralisasi dapat menjadi efisien, manager sekaligus pemilik yang terisolasi akan sama efektifnya dengan tema pengelolaan yang tersebar. Beberapa contoh dari konsep ini adalah industri-industri kecil di utara tengah Itali melakukan kerja sama dalam membiayai layanan BDS-P.
- 4) Jaringan untuk meningkatkan posisi tawar UKM membantu akses pasar. Jelas sekali akan terjadi perluasan karena adanya peningkatan skala usaha. Dengan jaringan yang luas berarti pemasaran juga meningkat.

Sementara itu, beberapa bentuk pengembangan, jejaring bisnis yang dapat diwujudkan adalah antara lain melalui wadah koperasi atau asosiasi bisnis UKM di sentra atau klaster. Melalui wadah koperasi akan dapat ditingkatkan posisi tawar UKM. Disamping itu, dengan koperasi akan dapat diwujudkan efisiensi dalam produksi dan pemasaran melalui "pooling purchasing" untuk pengadaan bahan baku dan "pooling saling" dalam pemasaran produk. Demikian pula dengan pengembangan asosiasi bisnis UKM di sentra atau klaster akan terbentuk sinergitas dalam pengalokasian sumberdaya. Melalui sentra/klaster akan dapat ditingkatkan efektifitas dalam pembinaan, memudahkan alih teknologi dan pendistribusian informasi bagi UKM. Apabila jaringan bisnis UKM melalui klaster dapat dibangun, maka tingkat daya saing UKM akan semakin meningkat pula.

MEMPERKUAT KLAS TER UKM

Konsep Terbaik Pengembangan Klaster UKM

Di beberapa negara ada banyak contoh terbaik atau "*best practices*" yang mungkin dapat dipelajari dalam mengembangkan klaster UKM. Beberapa contoh "*best practices*" dalam pengembangan klaster UKM adalah:

1. Itali

Itali, khususnya di Itali bagian tengah-utara sebagai pusat pergerakan jaringan klaster UKM. Menurut C. Richard Hatch (2000), bahwa pada awal tahun 1980-an pusat pertumbuhan yang pesat di daerah Emilia-Romagna dan sekitarnya menjadi perhatian para pakar di kawasan Eropa dan Amerika. Hasil studi menunjukkan pertumbuhan yang pesat di daerah ini terjadi karena kerja sama yang kuat antara asosiasi bisnis, dukungan teknologi, dan keinginan belajar dari pengalaman kerja sama dalam jaringan melalui klaster UKM yang telah mendukung keberhasilan tersebut.

2. Denmark

Keberhasilan di bagian tengah-utara Itali telah mendorong para pakar untuk melakukan kajian dalam pengembangan jeja-

ring UKM melalui klaster. Denmark diantaranya telah mengambil konsep Itali untuk diterapkan dalam proyek pengembangan UKM pada tahun 1989 melalui pendekatan klaster. Adapun yang mendorong keberhasilan pengembangan jejaring bisnis melalui klaster UKM di Denmark adalah peran dari "**the Danish Technological Institute**". Secara prinsip program pengembangan jaringan bisnis dilakukan secara transparan melalui mass media, baik cetak maupun elektronik. Disamping itu juga mengajak pelaku bisnis sukses dan tentunya dukungan pemerintah dalam bentuk "*grant*" untuk pengembangan jaringan produk baru atau memasuki pasar baru, dan program pelatihan bagi pialang jaringan bisnis guna mendorong kerja sama diantara UKM.

3. Chile

Salah satu proyek jaringan bisnis dengan pendekatan klaster yang juga sangat penting adalah proyek yang dikembangkan oleh "**the Chilean SME Assistance Agency, SERCOTEC**" pada akhir tahun 1990. Proyeknya disebut "**Chile's Projectos de Fomento or PROFO program**". Proyek ini ditujukan untuk mengorganisasikan 10 sampai 30 UKM dalam kelompok untuk mendorong kerja sama dan menstimulus permintaan layanan SERCOTEC. Untuk memfasilitasi UKM, SERCOTEC menunjuk dan membayar penuh manajer yang melayani setiap kelompok. Tugas manajer adalah mengkoordinasikan layanan dari *business development services (BDS) providers*, aktivitas kelompok seperti kunjungan ke salah satu pabrik dan transportasi ke pameran dagang, serta promosi aktivitas bisnis kelompok (klaster). Sampai dengan tahun 2000 sudah berkembang 16 sentra/klaster PROFO.

4. India

Development Alternatives Inc. (DAI) melalui bantuan USAID dengan proyek **Microenterprise Best Practice** telah mengembangkan program kaji tindak yang melibatkan klaster perusahaan kecil-kecil di bagian Utara kota-kota dan desa-desa di India. Upaya ini ditujukan untuk membangun jaringan yang efektif antara usaha mikro, kecil dan menengah. Seperti di negara-negara lain,

pendekatan pengembangan jaringan UKM dengan klaster juga melibatkan pialang bisnis, BDS Providers, dan dana padanan untuk memacu percobaan produk dan pasar baru. Dalam hal ini kepercayaan antar pengusaha dan adanya kemauan yang keras untuk bekerjasama menjadi kunci penting bagi suksesnya pengembangan klaster UKM untuk mendorong terjadinya jaringan bisnis. Pada sisi lain, peranan BDS Providers juga sangat penting dan oleh karena itu setiap BDS Providers harus menguasai operasionalisasi bisnis secara rutin. Secara konsepsi bahwa disadari pemanfaatan layanan BDS secara bersama dalam kelompok menjadi semakin ringan kalau jumlah UKM dalam sentra atau klaster semakin besar.

Belajar Dari Pengalaman Negara Lain

Belajar dari pengalaman negara-negara lain seperti Itali, Denmark, Chile, dan India sebagaimana diuraikan diatas, C Richard Hatch (2000) mengusulkan rencana kerja atau "*work plan*" dalam pengembangan jaringan UKM dengan pendekatan sentra/klaster. Rencana kerja tersebut meliputi:

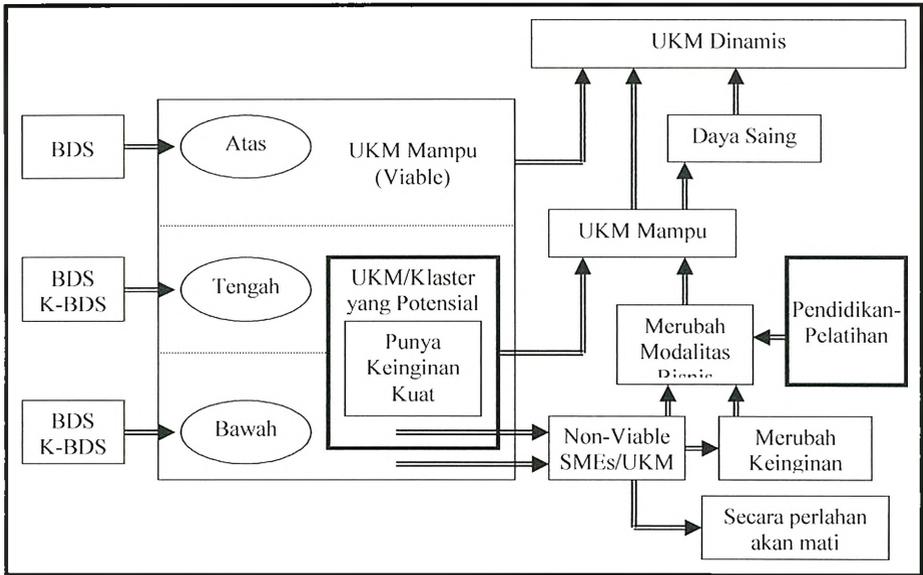
- a) Mengembangkan kriteria untuk dan menyeleksi partners (pasangan) yang memiliki pengalaman dan pengetahuan lokal yang memadai.
- b) Mengkaji sistem bisnis dan operasi secara internal setiap pelaku bisnis yang akan dikembangkan.
- c) Mengembangkan kurikulum dan materi pelatihan bagi UKM, broker/pialang bisnis atau konsultan BDS Providers dan dikomunikasikan lewat berbagai media termasuk internet.
- d) Merancang skim subsidi yang efisien yang dapat mencegah terjadinya distorsi untuk menutupi biaya awal bagi pialang jaringan bisnis.
- e) Menyediakan bantuan teknis bagi setiap UKM yang bekerjasama
- f) Merancang dan melakukan evaluasi secara seksama setiap upaya pengembangan jaringan bisnis melalui klaster UKM.
- g) Memberikan perhatian dari berbagai usulan kajian yang dilakukan oleh staf, pihak-pihak yang bekerjasama, pialang

bisnis termasuk BDS Providers dalam penyempurnaan setiap konsep yang akan dikembangkan dalam pengembangan klaster UKM.

Tim studi JICA (Japan International Cooperation Agency) yang dipimpin oleh Koizumi Hajime (2003) telah melakukan kajian selama dua tahun di Indonesia (2002-2003) tentang "**Strengthening Capacity of SME Cluster**". Tim studi JICA ini mengusulkan "**Master Concept and Strategy for SME Cluster Development from Lessons Learnt**". Tim ini telah mengkaji 10 sentra UKM di Jawa, yaitu: (1) sentra logam di Tegal, Sukabumi dan Sidoarjo; (2) sentra furniture kayu di Klaten-Serenan; (3) sentra gambir di Harau-50 Kota; (5) sentra minyak Atsiri (vetiver) di Garut; (6) sentra pande besi pembuatan alat-alat pertanian (Blacksmith) di Tanjung Batu; (7) sentra tahu dan tempe di Mampang (Jakarta) dan Bekasi; dan (8) sentra batu bata dan genteng di Kebumen.

Dari ke sepuluh sentra di atas, tim studi JICA memilih 3 sentra, yaitu sentra logam di Sidoarjo, sentra furniture kayu di Klaten-Serenan, dan sentra batu bata dan genteng di Kebumen, Jawa Tengah untuk dikaji dan diamati secara seksama dan rutin. Adapun hasil dari kajian tersebut, tim JICA akhirnya membuat rekomendasi tentang strategi pengembangan sentra/klaster UKM, sebagai berikut:

Gambar 1. Skenario Penumbuhan Klaster/UKM



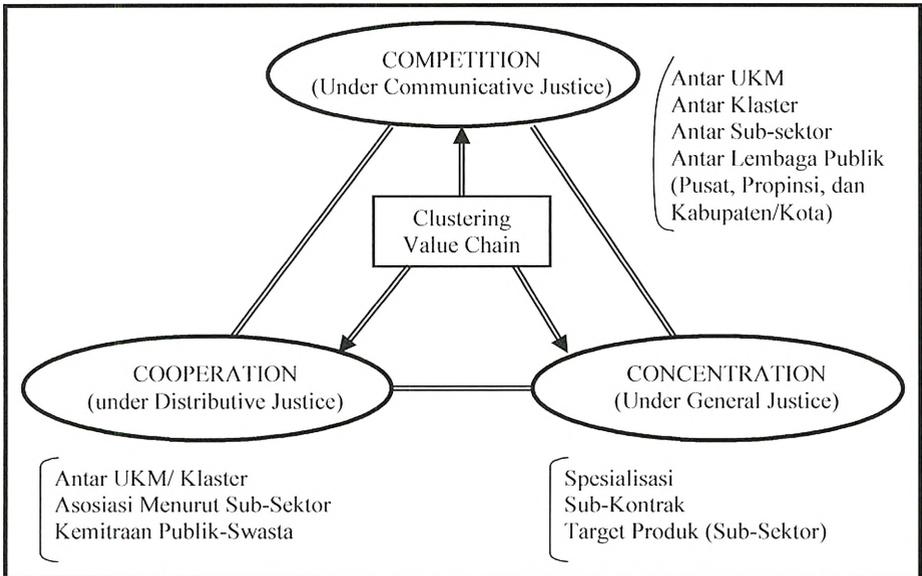
Adapun upaya atau pendekatan untuk mendorong UKM mampu (*viable*) dan kompetitif dapat dilakukan dengan cara berikut :

Gambar 2. Pendekatan Pengembangan Klaster UKM yang Viable dan Kompetitif.

TIPE INDUSTRI	FAKTOR	ANCAMAN	FOKUS BDS
<ul style="list-style-type: none"> - Industri Mene-nengah - Besar - Industri Produksi masal 	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Intensifikasi Sumberdaya</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Intensifikasi Modal</div>	<ul style="list-style-type: none"> - Over Produksi - Sustainabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> -Pemasaran -Managemen
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Klaster UKM</div> <ul style="list-style-type: none"> - Industri Kera-jinan - Industri Rumah Tangga 	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Intensifikasi Tenaga Kerja</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Intensifikasi Teknologi</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Penghematan Sumberdaya</div> <p>Pengeringan, penggunaan material efektif, produk khusus, pengolahan bahan baku, Penurunan Kerusakan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pengrajin Pasar Terbatas - Penolaka 	<ul style="list-style-type: none"> - Teknol ogi - Pemasa ran

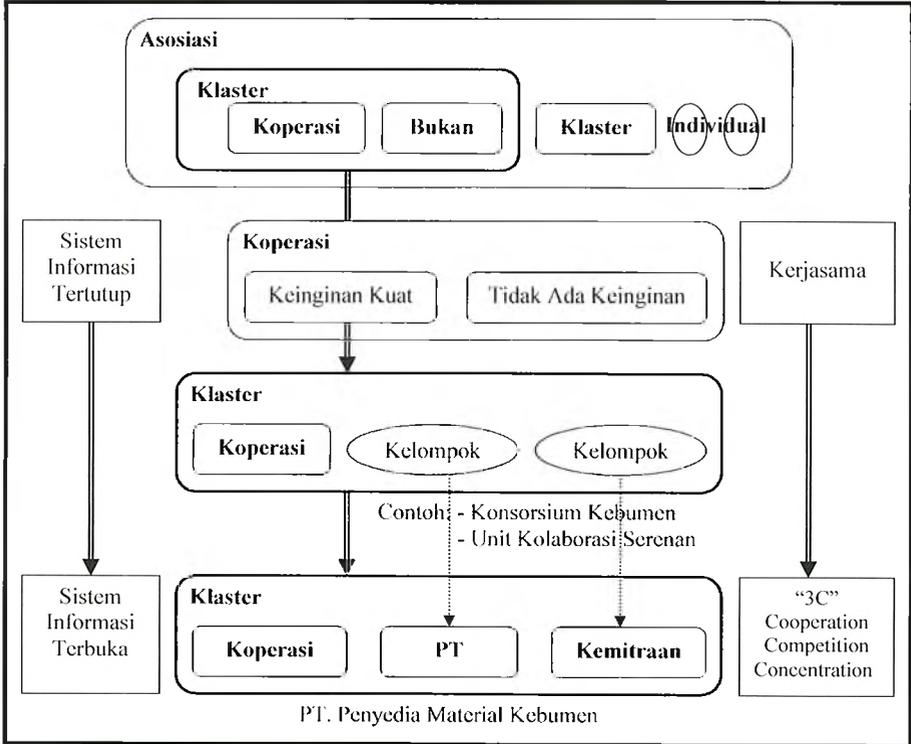
Sedangkan untuk penguatan klaster UKM dapat dilakukan pendekatan "3C" (Competition, Cooperation, dan Concentration). Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 3. Pendekatan "3C" dalam Penguatan Klaster UKM



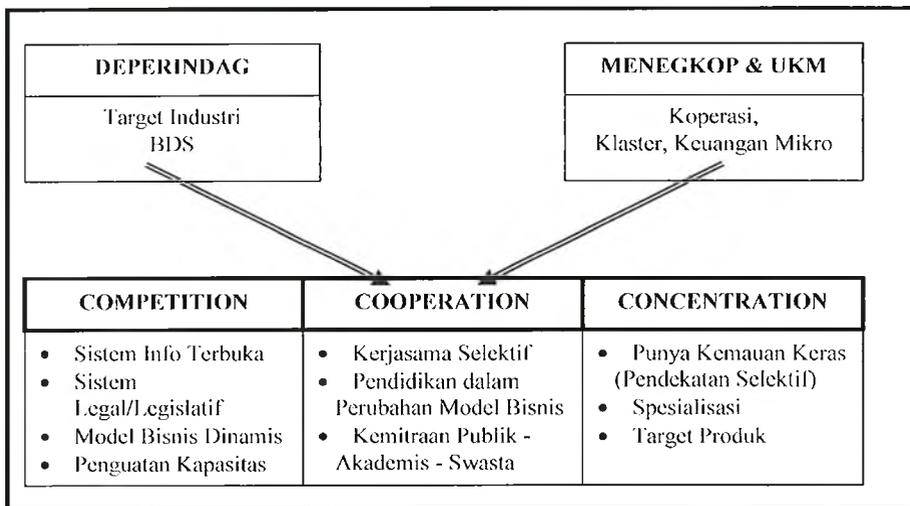
Tim Studi JICA juga memberikan pendekatan kerja sama secara selektif (bukan komprehensif) dalam pengembangan sentra UKM yang digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4. Pendekatan Kerja sama Selektif Pengembangan Sentra UKM



Agar pengalokasian sumberdaya dapat dilakukan secara efektif, maka antara Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan Menegkop dan UKM disarankan ada pembagian tugas yang jelas. Hal tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 5. Pengalokasian Sumberdaya yang Efektif (SDM, Teknologi, dan Finansial)



PENUTUP

Membangun daya saing UKM dengan pendekatan klaster bisnis merupakan salah satu alternatif solusi dalam rangka mengoptimalkan sumberdaya yang tersedia. Telah terbukti di berbagai negara, bahwa pendekatan klaster bisnis dapat meningkatkan efektivitas dalam pembinaan UKM. Disamping itu, melalui klaster bisnis akan memudahkan terjadinya alih teknologi, transfer informasi, dan peningkatan akses UKM pada sumberdaya yang lain seperti pasar, modal, dan SDM.

Dalam rangka memperkuat klaster UKM, maka perlu adanya membangun kerja sama dengan prinsip "3C", yaitu: *cooperation*, *concentration*, dan *competition*. *Cooperation* ditujukan untuk meningkatkan kerja sama yang lebih selektif dan efektif, pendidikan dengan pendekatan model bisnis yang dinamis, dan kemitraan antara pemerintah, akademisi dan bisnis yang lebih erat. Sedangkan *concentration* ditujukan agar pengembangan sentra/klaster dilakukan dengan kerja keras, dan pendekatan lebih fokus pada sektor yang memberikan *multiplier effect* yang lebih besar. *Competition* diharapkan untuk transparansi pemanfaatan informasi, masalah aspek legal, dan

pengembangan model yang dinamis, dan penguatan kapasitas. Dengan pendekatan ini, maka masa depan sentra/klaster akan jadi acuan dalam membangun daya saing UKM.

KEPUSTAKAAN

- Hatch, C. Richard. 2000. *Overcoming the Limitations of Size: Network Strategies for SME in Asia (Paper for the ADB/OECD Workshop On SME Financing in Asia, Manila, 3-4 July*. New Jersey Institute of Technology.
- Koizumi, Hajime. 2003. *Strengthening Capacity of SME Clusters: Master Concept and Strategy for SME Cluster Development from Lessons Learnt. JICA Study Team*.
- Sato, Yuri. 1998. *Changing Industrial Structures and Business Strategies in Indonesia. Institute of Developing Economies, Tokyo*.
- Soetrisno, Noer. 2002. *Strategi Penguatan UKM Melalui Pendekatan Klaster Bisnis: Konsep, Pengalaman Empiris, dan Harapan Kerja Sama Bina Masyarakat Madani dengan Asosiasi BDS Indonesia*.
- Urata, Shujiro. 2000. *Policy Recommendations for SME Promotion in The Republic of Indonesia*.
- World Economic Forum. 2011. *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. [Http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2011-2012?o=1.../30](http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2011-2012?o=1.../30) Desember.