

# MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KECIL MENENGAH MELALUI INOVASI DAN PEMANFAATAN JARINGAN SOSIAL: PEMBELAJARAN DARI KLASTER INDUSTRI SOFTWARE DI INDIA

Oleh:

Anugerah Yuka Asmara<sup>1)</sup>, Sri Rahayu<sup>1)</sup>

E-mail: a.yuka.asmara@gmail.com

<sup>1)</sup>Peneliti di Pappiptek LIPI

## ABSTRACT

*Small-medium scaled Industries (IKM) is one of the economic boosters in Indonesia. Based on Ministry of Industry of Republic of Indonesia in 2013, The number of IKM in Indonesia are 3,9 million units (75% of them concentrated in Java). Nevertheless, most of the IKM in Indonesia do not have competitiveness in global level. One the other hand, the Government of Indonesia has promoted development of the IKM activities based on innovation for the last few years. The problem is that the conducive climate to support the innovative-based IKM is not yet created in Indonesia. This paper aims to learn from practices of the small industries in Indian software cluster, exactly in Bangalore City as a best-practice for developing Indonesia's IKM. The cluster mainly has two significant strategies to develop, including innovation and utilization of the social network. Both strategies are divided into four ways i.e. 1) individual technical skills, 2) business models and strategies, 3) technology and innovation capability, and 4) marketing skills. Those strategies have proved that the small industries play the pivotal role to develop the software industries in India. Moreover recently, India has become one of the leading software exporting countries in the world.*

**Keywords:** *IKM, innovation, competitiveness.*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri Kecil Menengah (IKM) di Indonesia menjadi salah satu pendongkrak perekonomian nasional, terlebih pasca krisis menerpa Indonesia tahun 1997 silam. Studi Kusbiantono<sup>1</sup> dkk (2005), Tambunan<sup>2</sup> (2006), dan Agustina (2010) mengungkapkan bahwa salah satu keunggulan IKM ialah daya serap tenaga kerja yang sangat besar untuk bekerja di sektor ini, karena pada umumnya IKM tidak memerlukan kualifikasi pendidikan tertentu dalam menjalankan kegiatan usahanya. Menurut Euis Saedah<sup>3</sup> (2013) total IKM di Indonesia saat ini ada 3,9 juta unit<sup>4</sup> dengan daya serap tenaga kerja sebesar 9,14 juta orang, akan tetapi 75%

---

<sup>1</sup> Studi Kusbiantono dkk (2005) masih menggunakan istilah usaha kecil menengah (UKM).

<sup>2</sup> Studi Tambunan (2006) masih menggunakan istilah usaha kecil menengah (UKM).

<sup>3</sup> Euis Saedah ialah Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah – Kementerian Perindustrian RI periode saat ini (2013)

<sup>4</sup> dari sekitar 3,9 juta unit IKM di dalam negeri, hingga 85% dari jumlah itu beraset Rp 500 juta-5 miliar (Hidayat, 2012).

pertumbuhan IKM terkonsentrasi di Pulau Jawa, dan 25% ada di luar Jawa. Di Indonesia bagian timur, pertumbuhan IKM masih di bawah 5%.

Perkembangan IKM di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa memang cukup besar dibanding di luar Jawa. Akan tetapi, apakah perkembangan IKM tersebut juga diimbangi dengan perkembangan tenaga kerja di dalamnya? Menurut MS Hidayat<sup>5</sup> (2013) IKM di Indonesia telah

#### **Kotak 1. Pertumbuhan IKM di Indonesia**

Pertumbuhan IKM di Indonesia menurut Data Kementerian Koperasi dan UKM yang dikutip oleh Firmanzah (2013) tiap tahun rata-rata sebanyak 7% usaha kecil dan menengah dari jumlah 6,2 juta UMKM bermigrasi secara skala dari mikro menjadi kecil. dan dari kecil menjadi menengah. Unit usaha

berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional Tahun 2012 sebesar 10%, yang ditargetkan kontribusi IKM dapat menyentuh angka 50% pada tahun 2025. Kementerian Perindustrian juga telah mengarahkan agar pelaku IKM di Indonesia memiliki daya saing untuk menghadapi persaingan global<sup>6</sup>.

Daya saing merupakan suatu upaya yang harus dilakukan oleh pelaku usaha/ekonomi agar tetap eksis dalam menjalankan kegiatannya. Istilah ini mudah diungkapkan dan menjadi program andalan dari pemerintah, akan tetapi istilah ini menjadi persoalan besar bagi pelaku ekonomi, khususnya para pelaku IKM. Mereka menganggap bahwa daya saing memerlukan “perubahan mendasar dan strategi khusus”. Daya saing mensyaratkan level sumber daya manusia berkualitas, teknologi maju, modal yang cukup, serta lingkungan yang kondusif. Wiyadi (2009) mengungkapkan, kondisi lingkungan bisnis saat ini yang berubah secara radikal, mengarahkan setiap industri harus efisien agar mampu berkompetisi dengan produk dalam negeri. Caranya industri tersebut harus mampu menawarkan produk berkualitas baik dengan harga murah kepada konsumen. Oleh karena itu daya saing<sup>7</sup> harus ada di tiap industri.

Daya saing IKM di Indonesia dapat dibentuk melalui pendekatan klaster (Marijan, 2005; Djahhari, 2006). Melalui klaster, aliran pengetahuan baru akan berkembang di antara pelaku industri di dalam lingkungan tersebut (Dayasindhu, 2002). Klaster akan menumbuhkan inovasi, selanjutnya itu akan membentuk inovasi kolektif dan daya saing wilayah (Porter dalam Alberti and Giusti, 2012). Di Indonesia, program pembentukan klaster IKM juga telah menjadi salah satu program utama dari Direktorat Jenderal IKM Kementerian Perindustrian<sup>8</sup>. Konkritnya di lapangan, pembentukan klaster IKM masih mengalami banyak kendala yang dihadapi baik oleh pemerintah maupun para pelaku IKM sendiri.

Peningkatan daya saing melalui pembentukan klaster IKM di Indonesia, dapat belajar dari praktik-praktik terbaik (*best practices*) yang ada di klaster industri *software* India, tepatnya di Kota Bangalore. Studi Dayasindhu (2002) dan Okada (2008) mengungkap bahwa industri-industri kecil di bidang *software* memainkan peran penting dalam mendukung peningkatan ekspor produk *software* buatan India. Keberlangsungan ekonomi industri-industri *software* skala besar di Bangalore sangat bergantung pada industri kecil ini. Bahkan, industri-industri *software* skala kecil di India mampu meningkatkan keahlian individu yang berbasis

<sup>5</sup> MS Hidayat adalah Menteri Perindustrian Republik Indonesia saat ini (periode 2009-2014)

<sup>6</sup> <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5210/Daya-Saing-IKM-Perlu-Ditingkatkan>

<sup>7</sup> Dikutip dari laporan WEF, peringkat daya saing Indonesia kini berada di posisi 38 dunia. Ranking Indonesia melesat 12 peringkat dari setahun sebelumnya di posisi 50 dunia.

<sup>8</sup> Disampaikan pada acara Rapat Kerja Internal Kementerian Perindustrian Pada tanggal 4 Februari 2010 di Jakarta.

ilmu pengetahuan dan melakukan inovasi pada manajemen usaha dan produknya. Penerapan praktik ini dapat disesuaikan dengan kondisi dan budaya IKM yang ada di Indonesia.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Sebagian besar IKM di Indonesia belum memiliki daya saing di tingkat global. Bahkan di tingkat nasional sendiri, daya saing IKM masih kalah dengan industri skala besar. Studi ini mengarahkan pada dua pertanyaan yaitu:

- 1) Bagaimana strategi peningkatan daya saing IKM di Indonesia dengan belajar pada praktik-praktik terbaik dari klaster industri *software* di India?
- 2) Apa tantangan bagi peningkatan daya saing IKM di Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1) Mengelaborasi strategi peningkatan daya saing IKM di Indonesia dengan belajar pada praktik-praktik terbaik dari klaster industri *software* di India.
- 2) Mendeskripsikan tantangan dalam meningkatkan daya saing IKM di Indonesia.

### **1.4 Industri Kecil Menengah, Klaster, Inovasi, dan Daya Saing**

Di Indonesia, beberapa ilmuwan, praktisi, pelaku bisnis dan pemerintah mengenal dua istilah berbeda tentang unit kegiatan ekonomi kecil. Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah cenderung menggunakan istilah Usaha Kecil Menengah (UKM), sementara Kementerian Perindustrian cenderung menggunakan istilah Industri Kecil Menengah (IKM). Menurut Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor: 13/M-IND/PER/2/2013 Tentang Petunjuk Teknis Program Restrukturisasi Mesin dan/atau Peralatan Industri Kecil Menengah Pasal 1 ayat (1), (2), dan (3) yang menyebutkan:

- (1) Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah perusahaan industri kecil dan perusahaan industri menengah.
- (2) Perusahaan Industri Kecil (IK) adalah perusahaan industri dengan nilai investasi seluruhnya sampai dengan Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah), dengan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- (3) Perusahaan Industri Menengah (IM) adalah perusahaan industri dengan nilai investasi seluruhnya lebih besar dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Studi ini cenderung pada penggunaan istilah industri kecil menengah (IKM). Alasannya ialah, IKM merupakan bentuk kegiatan usaha yang tidak hanya sebatas usaha jual-beli, melainkan ada kegiatan proses produksi dengan suatu teknologi, manajemen organisasi sederhana, dan kerjasama dengan pihak lain.

Dinamika IKM di Indonesia akan lebih terlihat jika IKM tersebut berada di dalam suatu kesatuan geografis tertentu. Kumpulan IKM tersebut dapat berinteraksi satu sama lain, tidak hanya dengan IKM yang sejenis, melainkan dengan IKM dengan bidang usaha berbeda, bahkan dengan industri skala besar sekalipun. Tidak hanya interaksi antar industri saja, melainkan juga keaktifan peran organisasi jasa, seperti perbankan, pelatihan tenaga kerja, konsultan bisnis, keberadaan lembaga riset dan universitas sangat diperlukan untuk mendukung interaksi antar industri tersebut baik secara vertikal maupun horisontal. Tugas Pemerintah ialah menciptakan iklim (lingkungan) yang kondusif dari segi ekonomi makro, politik-kebijakan/regulasi, dan stabilitas sosial-keamanan di sekitarnya. Kumpulan aktivitas di

antara pelaku ekonomi, lembaga pendidikan/riset, dan pemerintah yang saling berinteraksi tersebut dinamakan dengan klaster.

Konsep klaster muncul dari studi Marshall yang dikutip oleh Marijan (2005), dalam pengamatannya, Marshall melihat banyak IKM yang terlokasi di suatu wilayah tertentu dengan pola usaha berbeda saling berinteraksi satu sama lain dengan memanfaatkan kedekatan geografis dalam memperoleh bahan baku, ketersediaan tenaga kerja, dan saling mendistribusikan produknya. Porter dalam Guo and Guo (2011) mengartikan klaster sebagai suatu bentuk jaringan yang terjadi di lokasi yang secara geografis berdekatan, terdiri dari berbagai perusahaan dan lembaga yang memastikan bentuk komunalitas tertentu dan meningkatkan frekuensi dan dampak interaksi antar perusahaan dan lembaga tersebut.

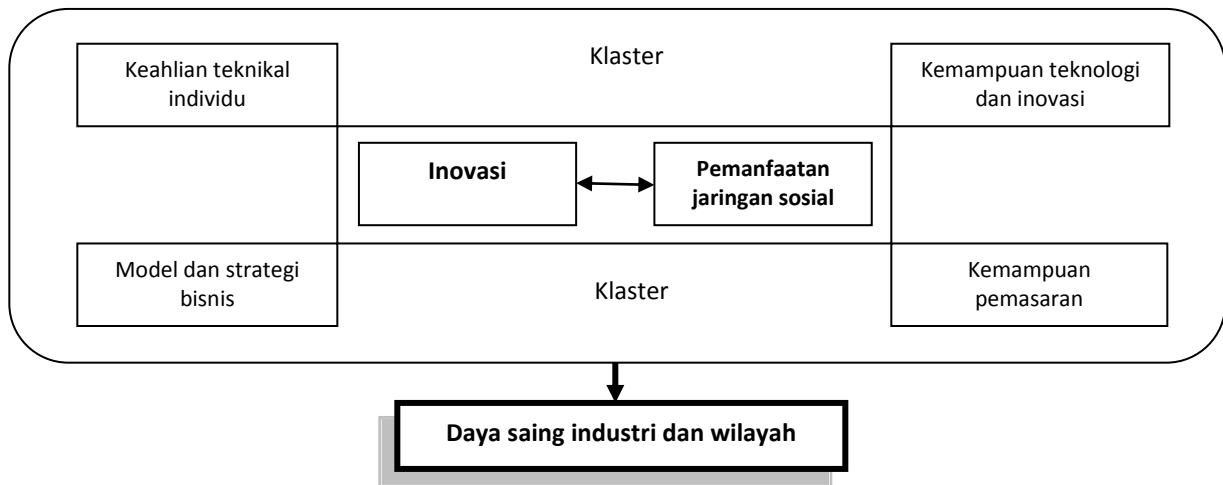
Klaster industri ditujukan pada dua hal yang memiliki dampak beruntun yaitu munculnya aliran/transfer pengetahuan baru dan munculnya inovasi. Inovasi diartikan sebagai suatu kebaruan dari ide, gagasan, pemikiran yang dapat berbentuk pada produk/jasa, cara berorganisasi, teknologi/alat yang digunakan, serta cara mendistribusikannya/memasarkan. Jadi penemuan sesuatu yang baru tersebut harus sampai pada pengguna (*customers*) (Manual 2005). Selain lembaga litbang dan perguruan tinggi, industri merupakan penghasil inovasi. Inovasi akan mengarahkan pada pembentukan daya saing pada suatu industri di wilayah tertentu (Morosini, 2004; Alberti and Giusti, 2012). Daya Saing adalah kemampuan untuk dapat menghasilkan barang-barang dan jasa berkualitas unggul yang mampu bersaing dengan produk-produk negara-negara lain (Lemhanas, 2012). Daya saing di daerah dimaknai tidak hanya persaingan antar industri/pelaku bisnis untuk berkompetisi dengan industri/pelaku ekonomi lain, lebih luas dari itu, daya saing (di suatu daerah) harus mempertimbangkan sistem ekologi-sosial, lingkungan, dan aturan yang berlaku. Karena industri hanya merupakan sub-bagian dari sistem sosial yang berada di suatu wilayah (Jian and Sheng, 2010).

### **1.5 Metode Penelitian dan Kerangka Analitis**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berusaha menggambarkan strategi dalam mewujudkan daya saing IKM di Indonesia. Sumber data yang didapat berasal dari data sekunder seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, media massa, regulasi, serta sumber lain yang ilmiah, *up to date*, dan relevan dengan studi ini. Karena itu penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian literatur (kajian pustaka).

Kerangka analisis studi ini berupa strategi yang merupakan pembelajaran dari praktik-praktik terbaik (*best practices*) dari pengembangan klaster industri *software* di Bangalore-India. Studi Okada (2008) menyimpulkan bahwa pendapatan industri-industri *software* di India dipenuhi oleh sekitar 80% hasil penjualan ekspor mereka. Ini menjadikan India menjadi salah satu negara terpopuler pengekspor *software* di dunia. Pergeseran kegiatan industri-industri *software* skala besar di India baik milik pemodal asing (*multi nasional corporation/MNC*) maupun pemodal dalam negeri sangat nampak berbeda antara tahun 1990-an dan di penghujung tahun 2000-an. Tahun 1990-an, banyak industri *software* asing mendirikan industrinya di India karena disebabkan oleh faktor ketersediaan tenaga kerja yang murah dan banyak individu yang ahli *IT (information technology)* lancar berbahasa Inggris. Akan tetapi saat ini, industri-industri *software* skala besar tersebut juga melakukan kegiatan riset dan pengembangan, membentuk layanan *IT* dan melakukan *outsourcing* proses bisnisnya. Hal ini kemudian menghasilkan *multiplier effects* pengetahuan baru dan meningkatnya jumlah industri kecil di bidang *software* yang inovatif di India.

Industri-industri kecil *software* memainkan peran vital dalam menunjang ekspor produk *software* India. Industri-industri tersebut mampu melakukan berbagai terobosan baru baik dalam hal produk *software* hingga cara bagaimana mereka dapat eksis dan menjadi bagian penting di dalam industri kluster *software* di India. Keberadaan mereka di dalam lingkup kluster sangat menunjang kelangsungan ekonomi industri *software* skala besar<sup>9</sup>. Di dalam kluster, industri *software*, industri pendukung lain, lembaga riset/universitas, penyalur jasa, dan agen lainnya saling berinteraksi dan mendapatkan manfaat. Ada dua hal yang dapat dipetik dari studi ini yaitu inovasi dan pemanfaatan jaringan sosial (Okada, 2008).



**Gambar 1.** Kerangka analisis

Sumber : Interpretasi dari Dayasindhu (2002), Morosini (2004), dan Okada (2008).

Morosini (2004) mengungkapkan bahwa suatu pengetahuan baru yang diperoleh industri/pelaku ekonomi/seseorang pada gilirannya akan mengarahkan pada suatu gagasan baru. Pengetahuan baru akan mudah terbentuk jika industri-industri, lembaga riset/perguruan tinggi, agen jasa, dan agen lainnya berlokasi di suatu kedekatan geografis tertentu atau dikenal dengan istilah kluster<sup>10</sup>. Akumulasi dari pengetahuan baru akan memunculkan “inovasi” pada industri dan menerapkannya sebagai bagian dari produksi dan produk akhir. Inovasi di sini sebagai elemen utama pembentuk daya saing bagi industri, termasuk industri kecil. Hal yang perlu diperhatikan ialah faktor kepentingan ekonomi ternyata dilandasi oleh jaringan sosial yang kuat diantara para pelaku industri di dalam kluster.

Sejalan dengan Morosini (2004), Dayasindhu (2002) dan Okada (2008) dalam riset mereka tentang kluster industri *software* di India, menemukan elemen utama lain yaitu faktor jaringan sosial atau dikenal pula dengan istilah *social capital*. Praktik di industri kecil bidang *software* di India, banyak jaringan sosial yang dibentuk melalui persahabatan dan pertemanan diantara para pelaku ekonomi. Misalnya, saat mereka satu kelas di sekolah/perguruan tinggi, atas dasar keinginan bersama dan kemampuan yang mendukung, mereka mendirikan industri

<sup>9</sup> Jumlah industri kecil *software* di India tahun 2001/2002 sebanyak 648 unit, dengan rincian 26 unit milik MNC dan 622 unit milik orang India. Sementara industri *software* skala besar di tahun yang sama total ialah 220 unit, dengan rincian 217 unit milik MNC dan hanya 3 unit milik orang India (Okada, 2008).

<sup>10</sup>peran pemerintah di sini ialah menciptakan iklim kondusif terbentuknya kluster seperti stabilitas politik-ekonomi-sosial. Terpenting ialah bagaimana pemerintah dapat memberi tempat kepada aktor-aktor di dalam suatu kluster agar kegiatan mereka dapat berlangsung dan berkelanjutan (Dayasindhu, 2002; Morosini, 2004; Dipta 2006).

*software* dengan jenis produk berbeda. Sehingga mereka saling menyuap dan menerima produk mereka. Industri kecil yang salah satu masalahnya ialah minimnya jaringan pemasaran, terlebih lagi jangkauan pasar internasional, dapat diatasi oleh kumpulan industri kecil tersebut dengan memanfaatkan jaringan kolega atau teman mereka yang pernah mengenyam pendidikan bersama saat sekolah di luar negeri. Ternyata, jaringan pertemanan mereka tidak cukup di pemasaran produk, melainkan di usaha jasa lain, yaitu mendirikan usaha konsultasi *IT* yang informasinya didapat dari *sharing of knowledge* tanpa dibatasi teritorial negara.

Inovasi dan pemanfaatan jaringan sosial merupakan dua elemen utama sebagai katalisator dalam meningkatkan kapabilitas organisasi dan teknologi pada industri kecil yang dapat dilakukan melalui empat langkah yaitu: 1) keahlian teknikal individu, 2) model dan strategi bisnis, 3) kemampuan teknologi dan inovasi, serta 4) kemampuan pemasaran (Okada, 2008). Empat langkah yang dilakukan oleh industri kecil di dalam klaster akan mengarahkan pada pembentukan daya saing bagi industri tersebut sekaligus daya saing bagi wilayah dimana klaster industri berada.

## **2. PEMBAHASAN**

### **2.1 Pola Pengembangan Klaster IKM di Indonesia: Pembelajaran dari India Inovasi dan Jaringan Sosial Sebagai Elemen Utama**

Inovasi menjadi bagian terpenting dari daya saing, industri yang tidak mau dan tidak mampu untuk berinovasi akan memiliki daya saing rendah. Inovasi dapat meliputi kebaruan di dalam produk akhir, proses produksinya (alat/teknologi), pengelolaan/pengorganisasian, dan cara pemasaran produk (Manual, 2005). Industri-industri kecil bidang *software* di India telah melakukan berbagai inovasi baik dalam hal produk akhir berupa *software* dengan kualitas ekspor, pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas dan berbasis *IT*, pola bisnis yang diterapkan, teknologi alat yang digunakan dalam proses produksi serta strategi khusus dalam memasarkan produk akhir mereka ke konsumen (Okada, 2008). Di Indonesia, potensi industri kecil menengah (IKM) untuk melakukan inovasi sangat besar, mengingat sumber daya penggerak produksi dan pasar produk yang dihasilkan tersedia di Indonesia.

Klaster industri yang merupakan kumpulan dari berbagai pelaku ekonomi berbeda, saling berinteraksi dan bekerjasama satu sama lain, ternyata diikat oleh jaringan sosial, Morosini (2004) menyebutnya sebagai *social glue*. Klaster industri *software* di Bangalore India, ternyata mampu menghidupkan dan menumbuhkan industri-industri kecil baru. Uniknyanya, keberadaan industri *software* skala besar di India, justru saling bekerjasama dengan industri-industri kecil pendukungnya di bidang *software*. Tidak hanya itu, interaksi antar pelaku ekonomi lain di dalam klaster juga terikat erat dan saling memberikan *sharing of knowledge*. Satu hal yang membuat interaksi tersebut berlanjut hingga saat ini ialah adanya kedekatan sosial atau *close-knit social relationship*, bentuknya ialah dengan membangun kepercayaan (*trust*) antar pelaku ekonomi dan sosial di dalam klaster (Dayasindhu, 2002; Okada, 2008).

Di Indonesia elemen jaringan sosial sangat kuat, akan tetapi jarang diungkap dalam studi ilmiah. Marijan (2005) menekankan bahwa dalam membentuk IKM menjadi suatu klaster, faktor kepercayaan harus dibentuk. Sikap gotong royong merupakan pengetahuan penting dalam menumbuhkan sikap saling kerjasama diantara para pelaku ekonomi di dalam klaster. Penulis setuju dengan pendapat ini, karena sikap gotong-royong dan saling menolong antar sesama yang telah menjadi tradisi di Indonesia merupakan bagian dari *tacit knowledge* yang diperlukan dalam membangun “jaringan sosial” di dalam klaster IKM.

## Empat Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya Saing IKM di Indonesia

**Keahlian teknikal individu.** Kapabilitas sumber daya manusia (SDM) IKM di Indonesia memang sangat berbeda dengan keahlian SDM di industri kecil bidang *software* di India yang memiliki spesifikasi khusus di bidang *IT* dan merupakan lulusan terkemuka dari *Indian Institute of Technology* dan sebagian dari lulusan luar negeri seperti dari USA (Okada, 2008). di Indonesia, keahlian pekerja di sektor ini memang tidak sepenuhnya didasarkan pada pengetahuan ilmiah dan kecakapan dalam menggunakan teknologi tinggi. Praktiknya, kemampuan kerja di sektor ini umumnya didasarkan pada pengalaman dan intuisi. Tidak dipungkiri, sektor ini kurang memerlukan kualifikasi tenaga ahli bergelar sarjana atau magister. Djahhari (2006) menyatakan bahwa keterbatasan kualitas SDM menjadi hal yang harus ditingkatkan dalam pengembangan kluster IKM di Indonesia.

Studi yang dilakukan Morosini (2004) menekankan pentingnya untuk memunculkan *tacit knowledge*<sup>11</sup> yang dimiliki oleh pelaku industri yang bersama-sama melakukan kegiatan ekonomi di suatu wilayah geografis tertentu. Studi Dayasindhu (2002) justru pengembangan kluster industri *software* di India didasarkan pada *tacit knowledge*, hubungan sosial-informal, dan bentuk *mentoring* dari senior ke junior. Kasus di Indonesia, meskipun banyak pelaku IKM yang tidak bergelar sarjana atau master, faktanya di lapangan para pekerja tersebut memiliki *tacit knowledge* yang umumnya pengetahuan mereka justru lebih dapat dipakai daripada pekerja yang baru lulus dari perguruan tinggi.

Studi Kusbiantono dkk (2005) mengungkapkan bahwa usaha kecil dan menengah biasanya dilakukan oleh anggota keluarga dan juga beberapa orang yang memiliki keahlian turun-temurun. Penelitian mereka mengambil kasus kelompok industri pengecoran logam di Batur-Ceper Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah. Keahlian pembuatan logam di desa tersebut telah dimulai dari zaman penjajahan Jepang. Saat itu, banyak orang di desa tersebut dipaksa kerja paksa oleh Jepang untuk membuat alat persenjataan (samurai). Keahlian tersebut dilakukan secara berulang dan diturunkan kepada anak-cucu mereka. Lambat laun kumpulan masyarakat tersebut mampu membuat industri pengecoran logam. Selanjutnya, generasi penerus di desa ini mampu membuat wajian, ketel, suku cadang pabrik gula dan pabrik pertanian. Pada dasawarsa limapuluhan, mereka mampu membuat mesin jahit, pompa air hingga suku cadang otomotif.

Studi Okada (2008) juga menekankan adanya pelatihan dalam bentuk *in-house training*, pengiriman kursus bahasa Jerman dan Jepang, magang, bahkan studi lanjut yang diperuntukkan bagi pekerja di industri kecil *software* di India. Mereka belajar tentang

### Kotak 2.

#### Pengangguran Sarjana di Indonesia Tinggi

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran sarjana atau lulusan universitas pada Februari 2013 mencapai 360 ribu orang, atau 5,04% dari total pengangguran yang mencapai 7,17 juta orang. Lulusan perguruan tinggi harus mempunyai kompetensi-kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan stakeholder, yaitu harus memenuhi kebutuhan profesional (professional needs), kebutuhan masyarakat (social needs), kebutuhan dunia kerja (industrial needs) dan kebutuhan generasi masa depan (aspek

<sup>11</sup> *Tacit knowledge* atau pengetahuan terpendam merupakan suatu pengetahuan yang terdapat di dalam budaya organisasi, seperti motivasi, kemampuan adaptasi yang ditunjukkan oleh pekerja pada suatu budaya perusahaan tertentu. Misalnya gagasan, persepsi, cara berpikir, wawasan, keahlian/kemahiran, dan sebagainya (Kusbiantono dkk, 2005).

pengetahuan dan *skill* yang menunjang usaha mereka dan juga mengadakan pembelajaran “perilaku” bagi pekerja di industri kecil tersebut. Jaringan teman<sup>12</sup> di dalam dan luar negeri yang dimiliki oleh pelaku industri kecil tersebut mempermudah transfer pengetahuan yang berakibat pada peningkatan keahlian pekerja di industri tersebut.

Di Indonesia, pendidikan khusus harus diberikan kepada pekerja IKM yang tidak dapat mengenyam pendidikan formal di level tinggi<sup>13</sup>. Caranya, pekerja-pekerja tersebut dapat dilatih di dalam suatu lembaga pelatihan milik pemerintah, magang di industri skala besar, atau diikutkan seminar terkait dengan jenis industrinya. Sementara, pemilik IKM dapat mengakses informasi dari berbagai sumber baik dari pemerintah, industri, media massa, perguruan tinggi, dan lainnya. Pemilik IKM harus memiliki “jiwa inovatif” di dalam dirinya serta “jaringan sosial kuat”, agar program peningkatan kemampuan *skill* pekerja dan dirinya dapat terlaksana dan memberikan efek positif bagi industri dalam jangka panjang.

**Model dan strategi bisnis.** Industri kecil *software* di India memiliki strategi inovatif dalam berbisnis, yaitu a) mereka *merger* dengan industri besar dengan alasan resiko yang tinggi, ada nama (*brand*) yang mendunia, dan kemudahan dalam *after sales services* dari produknya, b) melakukan usaha sendiri dan *join venture* yang jangkauan produknya hanya dalam negeri, dan c) bekerjasama dengan agen di luar negeri (terutama USA) dalam membuka jenis usaha baru yaitu “konsultasi aplikasi pengembangan *software*” (Okada, 2008). Cara bisnis IKM di Indonesia masih tergolong sederhana dengan rata-rata menerapkan pola manajemen kekeluargaan. Djamhari (2006) mengungkapkan bahwa lemahnya kualitas SDM di pelaku ekonomi skala kecil-menengah akan berdampak pada lemahnya kemampuan berinisiatif, mengelola bisnis, mengelola konflik, membagi resiko, dan pada akhirnya bermuara dalam pengambilan keputusan.

Strategi meningkatkan IKM yang inovatif tidak hanya dapat dilakukan melalui kedekatan geografis dan manfaat ekonomi semata, melainkan juga perlu penguatan jaringan sosial yang telah ada (Dayasindhu, 2002; Morosini, 2004). Salah satu contoh integrasi jaringan pelaku IKM di Indonesia yang terbentuk berdasar kedekatan geografis, manfaat ekonomi, dan jaringan sosial ialah IKM makanan di Kota Salatiga Provinsi Jawa Tengah. Studi Handoyo (2013) mengungkapkan bahwa IKM makanan di Kota Salatiga<sup>14</sup> bergabung dalam wadah yang dinamakan SAGA (kepanjangannya ialah Snack Salatiga). Wadah ini merupakan strategi bisnis mereka agar dapat tembus ke pasar ritel modern yang tersebar di Kota Solo, Semarang, Yogyakarta, Purwokerto, Bandung, Jakarta, dan Denpasar (Bali). Tujuan SAGA ialah menguatkan jaringan IKM makanan di Kota Salatiga dengan menggunakan tenaga kerja lokal dan bahan baku lokal (Indonesia). Unikny, SAGA menjadi salah satu destinasi wisata kuliner dan wisata IKM bagi masyarakat yang ingin berkunjung ke Kota Salatiga.

**Kemampuan teknologi dan inovasi.** Pekerja di India, khususnya di bidang *IT* dapat disebut “gila” akan pengetahuan dan teknologi, mereka berusaha keras meningkatkan produk *IT* dengan memanfaatkan pengetahuan baru yang ada (Dayasindhu, 2002). Industri kecil

---

<sup>12</sup> Para pelaku sekaligus pemilik industri *start-up* bidang *software* di India masih berusia muda, sekitar 30-tahunan. Mereka merupakan *IT engineering* yang lulus dari perguruan tinggi terkemuka di dalam negeri dan luar negeri, khususnya dari USA. Mereka pulang ke India dan membentuk usaha baru di bidang *IT* bersama teman-teman kuliahnya. Jadi, pemilik industri antara satu dan lainnya masih memiliki hubungan kedekatan sebagai teman saat mereka kuliah dahulu (Okada, 2008).

<sup>13</sup> Banyak pekerja dan pelaku usaha kecil-menengah di Indonesia ialah mereka yang tidak mengenyam pendidikan formal tinggi dan tidak bisa mengakses pekerjaan secara formal pula, yang pada akhirnya membuka usaha sendiri (Tambunan, 2006).

<sup>14</sup> Di Kota Salatiga sendiri istilah IKM/UKM masih digunakan silih berganti dengan objek yang sama. Seperti studi Handoyo (2013) lebih menggunakan istilah UKM dalam studinya untuk menyesuaikan dengan nama satuan kerja pemerintah daerah yaitu Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kota Salatiga.



*software* di India juga diuntungkan dengan adanya subkontrak kegiatan *research and development (R&D)* dari perusahaan *software* MNC, sehingga mereka dapat belajar dari pengalaman dan akses informasi tersebut. Selain itu, pemain industri kecil bekerja sama dengan lembaga riset dan universitas untuk mengembangkan kebaruan produk dan metode produksi mereka guna memenuhi konsumen dari luar negeri (Okada, 2008).

IKM di Indonesia masih kesulitan dalam mengakses teknologi dan informasi/pengetahuan (Rafinaldy, 2006; Tambunan 2006). Menurut Djahhari (2006) justru saat ini akses teknologi inovatif semakin murah dan berkembang terus, sehingga pelaku usaha diuntungkan tidak mengeluarkan biaya riset. Permasalahan teknologi justru muncul saat ada kesenjangan teknologi di antara pelaku klaster dan adanya resistensi untuk mengadopsi teknologi. Di Indonesia, telah banyak IKM yang menggunakan teknologi canggih, dan sebagian mereka ciptakan sendiri. Pemanfaatan pengetahuan baru dan penggunaan teknologi tersebut pada gilirannya akan mengarahkan pada inovasi.

Studi Indraprahasta (2013) mencontohkan adanya pengembangan inovasi melalui penggunaan teknologi tepat guna yang dilakukan oleh IKM dengan nama “SPAT” di Kecamatan Purwodadi Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. IKM ini mampu membuat berbagai jenis olahan makanan dan minuman yang bahan dasarnya ialah ubi (dalam Bahasa Jawa disebut *telo*). IKM ini bertujuan mensejahterakan pegawai dan masyarakat di sekitarnya. Selain itu, IKM ini mampu menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi setempat, bank, pemerintah, lembaga sertifikasi makanan baik dalam negeri maupun luar negeri, dan komunitas informal seperti kelompok tani.

**Kemampuan pemasaran.** Industri kecil *software* di India memiliki koneksi dalam memasarkan produk mereka hingga ke luar negeri, melalui cabang yang dibuka di negara lain<sup>15</sup>. Selain dengan memanfaatkan jaringan sosial di dalam negeri (Dayasindhu, 2002), pemanfaatan jaringan di luar negeri (seperti teman, dan orang-orang India lain di luar negeri) menjadi faktor penentu keberhasilan pemasaran produk *software* di India. Tidak hanya itu, beberapa pegawai di industri tersebut dikirim untuk belajar bahasa dan juga budaya bisnis di negara tujuan pasar mereka (Okada, 2008). Di Indonesia, akses pasar menjadi salah satu kelemahan bagi IKM untuk mendistribusikan produk mereka (Rafinaldy, 2006; Azis, 2010).

Jaringan distribusi produk (barang dan jasa) dari IKM ke konsumen akhir merupakan rantai panjang yang tidak bisa dilakukan oleh IKM tanpa melibatkan agen lain sebagai *broker*. Permasalahannya, IKM bukanlah industri dengan jaringan dan modal kuat yang memiliki cabang perusahaan serta *dealer* resmi yang memiliki fungsi sebagai pemasaran dan penjualan. IKM di Indonesia harus mau menjadikan produk mereka unggul dan dikenal oleh masyarakat luas. Pemerintah, melalui Kementerian Perindustrian telah melakukan program *one village one product* yang dibentuk dalam suatu klaster IKM (Saedah, 2012). Misalnya, Kota Solo dikenal sebagai sentra industri batik, Kabupaten Bantul dikenal sebagai industri Gerabah, Cibaduyut-Bandung sebagai industri sepatu-sandal, dan Jepara dikenal sebagai industri meubel.

Pemanfaatan pemasaran produk IKM melalui jaringan ke luar negeri dapat dilakukan dengan mengintensifkan pengenalan suatu produk di daerah tertentu ke luar negeri dengan melibatkan kantor kedutaan Indonesia, perwakilan perusahaan Indonesia di luar negeri, mahasiswa yang sedang belajar di luar negeri, hingga pameran produk IKM di luar negeri. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh IKM Indonesia saat ini ialah dengan

---

<sup>15</sup> Pembukaan cabang juga sering dilakukan dengan kerjasama oleh agen/distributor produk *software* yang memiliki *brand* terkemuka di dunia yang ada di negara tersebut (Okada, 2008).

menggandeng produk ternama kelas dunia, menggunakan media internet dalam berpromosi, dan menjual produk mereka dengan harga terjangkau kepada para wisatawan.

## 2.2 Tantangan Pengembangan Daya Saing IKM Melalui Klaster di Indonesia

Daya saing memang dapat dibentuk melalui inovasi, sementara inovasi dapat dibentuk oleh klaster. Pengembangan klaster industri *software* di India merupakan bentuk pengikatan hubungan antar industri yang dulunya saling berkompetisi di jenis usaha yang sama, namun saat ini menjadi kolaborasi yang didasarkan pada jaringan sosial kuat. Hal ini agar India tidak kalah bersaing dengan kompetitor dari China, Filipina, dan Malaysia (Dayasindhu, 2002). Kemampuan pekerja di klaster sektor *software* didorong oleh banyaknya *engineering* di bidang IT dari berbagai perguruan tinggi terkemuka di dunia (Okada, 2008). Pemerintah India, sangat mendukung pertumbuhan usaha kecil menengah, yang dapat dilihat dari kelembagaan yang dibentuk dan dijalankan, izin mendirikan usaha kecil-menengah dengan mudah, serta adanya pengakuan secara nasional dan internasional terhadap lembaga yang dibentuk pemerintah, yaitu *Entrepreneurship Development Institute* (Dipta, 2006).

Di Indonesia, daya saing yang dibentuk melalui suatu kumpulan industri seringkali justru hanya memanfaatkan keuntungan kedekatan wilayah, yaitu meminimalisasi biaya. Sementara, transfer pengetahuan antar pelaku sendiri belum terjadi. Di beberapa kumpulan industri yang terlihat justru “persaingan tidak sehat” diantara sesama pelaku ekonomi, bukan suatu upaya kolaborasi (Marijan, 2005). Para pelaku usaha kecil menengah umumnya ialah mereka yang sebenarnya terpaksa bekerja di sektor ini, karena minimnya pendidikan dan akses ke pekerjaan formal (Tambunan, 2006), bukan individu-individu yang ahli di bidangnya dan “dari awal berniat untuk mengembangkan IKM yang produktif, kreatif, dan inovatif”.

Kebijakan Pemerintah Indonesia dalam membina IKM saat ini, masih terkesan *overlap*, banyak kementerian lain dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ikut serta dalam program pembinaan IKM/UKM (Aziz, 2008). Terkait dengan transfer teknologi, kebijakan investasi asing yang ada di Indonesia, belum mengatur mengenai transfer teknologi sampai pada tingkat operasional (Rianto dkk, 2009). Dua isu ini mengantarkan pada suatu premis bahwa meskipun Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menggaungkan program peningkatan daya saing IKM di level global, akan tetapi hal itu belum dapat dirasakan bagi IKM-UKM tertentu yang membutuhkan aliran teknologi tinggi dan dana yang cukup besar dalam pengembangan usahanya. Karena, instansi pemerintah lain belum mendukung upaya yang dilakukan oleh Kemenperin saat ini.

Kebijakan pemerintah lain yang kurang mendukung pengembangan IKM di Indonesia dapat dirasakan saat pemerintah pusat menaikkan harga Bahan Bakar Minyak, melakukan impor bahan baku besar-besaran di saat bahan tersebut melimpah di dalam negeri, tidak mengendalikan harga bahan baku pokok di saat terjadi kelangkaan barang tersebut, dan terjadinya inflasi. Bara-baru saja IKM di sektor produksi tahu dan tempe mengeluhkan naiknya harga kedelai impor sebagai bahan baku utamanya, dan mengakibatkan pada mandegnya usaha tahu dan tempe mereka<sup>16</sup>.

## 3. KESIMPULAN

Daya saing merupakan suatu kebutuhan yang tak terhindarkan bagi pengembangan industri kecil menengah (IKM) di Indonesia. Salah satu caranya ialah dengan membentuk

---

<sup>16</sup> Baca di <http://ekbis.sindonews.com/read/2013/09/19/34/785074/tergantung-impor-kelangkaan-kedelai-makin-menjerat-ri>

klaster pada IKM, mengingat IKM di Indonesia saat ini hanya sebatas kumpulan industri biasa (agglomerasi) bukan suatu klaster. Belajar dari klaster industri *software* di India yang melibatkan industri *software* skala besar, pelibatan perguruan tinggi, dan agen pendukung lainnya ada dua hal yang dapat dipetik bagi pengembangan IKM di Indonesia yaitu: inovasi dan pemanfaatan jaringan sosial. Kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan sebagai elemen utama dalam meningkatkan kemampuan daya saing IKM. Selanjutnya, kemampuan organisasi dan teknologi IKM dapat dilakukan melalui empat hal yaitu: 1) keahlian teknikal individu, 2) model dan strategi bisnis, 3) kemampuan teknologi dan inovasi, dan 4) kemampuan pemasaran. Keempat hal tersebut sudah dilakukan oleh sebagian IKM yang ada di Indonesia dengan produk inovatifnya, teknologi yang digunakan, hingga cara pemasarannya. Akan tetapi, kendala utamanya ialah pengabaian “hubungan sosial yang erat” antar sesama pelaku IKM, rendahnya minat sebagai pelaku IKM sejati, dan masih sektoralnya kebijakan Pemerintah Indonesia dalam memberdayakan IKM, yang semuanya menjadikan tantangan baru bagi kita untuk mewujudkan IKM yang berdaya saing di Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. 2010. Spesialisasi dan Konsentrasi Spasial Industri Kecil Menengah di Kota Semarang. *Unpublished Paper. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.*
- Alberti, Fernando G. and Jessica, D. Giusti. 2012. Cultural heritage, tourism and regional competitiveness: The Motor Valley cluster. *City, Culture and Society 3 (4): Pages 261-273.*
- Azis, Fauzi. 2010. Permasalahan Industri Kecil Menengah Adalah Pemasaran. *Diakses dari <http://beritasore.com/2010/08/03/permasalahan-industri-kecil-menengah-adalah-pemasaran/> (12 Oktober 2013).*
- Aziz, Fauzi. 2008. Pembinaan UKM Tumpang Tindih. *Diakses dari <http://finance.detik.com/read/2008/04/19/105711/925902/4/pembinaan-ukm-tumpang-tindih> (12 Oktober 2013).*
- Dayasindhu, N. 2002. Embeddedness, knowledge transfer, industry clusters and global competitiveness: a case study of the Indian software industry. *Technovation 22 (9):551-560.*
- Dipta, Wayan I. 2006. *Belajar Dari India Dalam Mengembangkan Kewirausahaan.* Infokop Nomor 29 Tahun XXII: 77-82.
- Djamhari, Choirul. 2006. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sentra UKM Menjadi Klaster Dinamis.* Infokop Nomor 29 Tahun XXII: 83-91.
- Firmanzah. 2013. Indonesia Prakarsai Pembahasan Penguatan UKM di KTT APEC 2013. *Diakses dari <http://setkab.go.id/berita-10377-indonesia-prakarsai-pembahasan-penguatan-ukm-di-ktt-apec-2013.html> (9 Oktober 2013).*
- Guo, Bin and Jing-Jing Guo. 2011. Patterns of technological learning within the knowledge systems of industrial clusters in emerging economies: Evidence from China *Technovation, 31 (2-3):87-104.*

- Handoyo, Setiowiji. 2013. *Peran Inovasi Teknologi dan Potensi Unggulan Daerah Dalam Pengembangan UKM Sehati Kota Salatiga (Dalam Sistem Inovasi Daerah: Inovasi Teknologi dalam Pengembangan Ekonomi Lokal)*. Bogor: IPB Press.
- Hidayat, MS. 2012. Daya Saing IKM Perlu Ditingkatkan. Diakses dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5210/Daya-Saing-IKM-Perlu-Ditingkatkan> (9 Oktober 2013).
- Hidayat, MS. 2013. Hadapi AEC, Pelaku IKM Harus Bekerja Keras. Diakses dari <http://www.suarapembaruan.com/ekonomidanbisnis/hadapi-aec-pelaku-ikm-harus-bekerja-keras/37751> (9 Oktober 2013).
- Indraprahasta, Galuh Syahbana. 2013. *SPAT dan Kontribusinya Untuk Pengembangan Ekonomi Lokal ( Dalam Sistem Inovasi Daerah: Inovasi Teknologi dalam Pengembangan Ekonomi Lokal)*. Bogor: IPB Press.
- Iskandar, Muhaimin. 2013. 360.000 Sarjana di Indonesia Masih Menganggur. Diakses dari <http://finance.detik.com/read/2013/05/29/161124/2259348/4/360000-sarjana-di-indonesia-masih-menganggur> (12 Oktober 2013).
- Jiang, Yihong and Jianfa, Shen. 2010. Measuring the urban competitiveness of Chinese cities in 2000. *Cities* 27 (5):307-314.
- Kementerian Perindustrian. 2011. Daya Saing IKM Perlu Ditingkatkan. Diakses dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5210/Daya-Saing-IKM-Perlu-Ditingkatkan> (9 Oktober 2013).
- Kusbiantono; Lutfah, Ariana; Agus, Santoso; Amir Asyikin. 2005. *Tacit Knowledge and Learning (Pembelajaran) Organization Pada Usaha Kecil Menengah*. Jakarta: LIPI Press.
- Lemhanas. 2012. Peningkatan Daya Saing Industri Indonesia guna Menghadapi Asean-China Free Trade Agreement (ACFTA) dalam rangka Memperkokoh Ketahanan Nasional. *Jurnal Kajian Lemhanas RI Edisi 14 Desember: 41-73*.
- Manual, Oslo. 2005. *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. Paris: OECD Publishing.
- Marijan, Kacung. 2005. Mengembangkan Industri Kecil Menengah Melalui Pendekatan Klaster. *INSAN* 7 (3):216-225.
- Morosini, Piero. 2004. Industrial Clusters, Knowledge Integration and Performance. *World Development* 32 (2):305-326.
- Okada, Aya. 2008. *Small Firms in The Indian Software Clusters: Building Global Competitiveness (In Upgrading Clusters and Small Enterprises in Developing Countries. Enviromental, Labor, Innovation, and Social Issues)*. Edited by Jose Antonio Puppim de Oliveira. England: Ashgate Publishing Limited.
- Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor: 13/M-IND/PER/2/2013 Tentang Petunjuk Teknis Program Restrukturisasi Mesin dan/atau Perlatan Industri Kecil Menengah.

- Rafinaldy, Neddy. 2006. *Memeta Potensi dan Karakteristik UMKM Bagi Penumbuhan Usaha*. Infokop Nomor 29 Tahun XXII: 32-41.
- Rencana Strategis Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah Tahun 2010-2014. Presentasi Oleh Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah. *Disampaikan pada acara Rapat Kerja Internal Kementerian Perindustrian Pada tanggal 4 Februari 2010 di Jakarta*.
- Rianto, Yan; Chichi Shintia Laksani; Dian Prihadyanti. 2009. *Pembelajaran Teknologi Di Perusahaan Manufaktur Indonesia: Kajian Interaksi Antara MNC dengan Perusahaan Lokal*. Jakarta: LIPI Press.
- Saedah, Euis. 2012. *Program Kerja Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah Tahun 2012*. Bahan Paparan oleh Euis Saedah Sebagai Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah – Kementerian Perindustrian Tahun 2012.
- Saedah, Euis. 2013. Kemenperin Genjot Produk IKM di Luar Jawa. *Diakses dari <http://ekbis.sindonews.com/read/2013/10/01/34/789475/kemenperin-genjot-produk-ikm-di-luar-jawa> (9 Oktober 2013)*.
- Sindonews. 2013. Tergantung Impor, Kelangkaan Kedelai Makin Menjerat RI. *Diakses dari <http://ekbis.sindonews.com/read/2013/09/19/34/785074/tergantung-impor-kelangkaan-kedelai-makin-menjerat-ri> (12 Oktober 2013)*.
- Tambunan, Tulus. 2006. *Perkembangan UKM di Indonesia: Suatu Tinjauan Teoritis dan Empiris Terhadap Pertumbuhan Unit Usaha Baru*. Infokop Nomor 29 Tahun XXII: 1-27.
- Wiyadi. 2009. Pengukuran Indeks Daya Saing Industri Kecil Menengah (Ikm) Di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis 13 (1): 77–92*.
- World Economi Forum. 2013. Selamat, Peringkat Daya Saing RI Naik Tertinggi di Dunia. *Diakses dari <http://bisnis.liputan6.com/read/683152/selamat-peringkat-daya-saing-ri-naik-tertinggi-di-dunia> (9 Oktober 2013)*.