

PROYEKSI SENTRA MENJADI KLASTER

Muhammad Taufiq

Abstrak

*M*akalah ini menguraikan pentingnya membangun sinergi sistem bisnis UKM melalui sistem klaster. Selain dijelaskan alasan mengapa klaster sebagai bentuk pengintegrasian usaha yang saling terkait sangat penting bagi pengembangan usaha UKM, juga diproyeksikan potensi sentra yang sudah ada selama ini untuk bisa berkembang menjadi klaster. Dalam tulisan ini diketengahkan data empiris mengenai keberadaan sentra-sentra UKM yang telah didorong perkembangannya oleh Kantor Kementerian KUKM. Sebagai ilustrasi juga disajikan contoh klaster UKM yang berkembang di beberapa negara yang memiliki kemampuan menyerap tenaga kerja dan menjadi penyumbang devisa. Strategi pengembangan sentra dalam bentuk stimulasi menuju klaster kiranya diperlukan dalam rangka mempercepat proses penumbuhan klaster serta mengarahkan agar sentra yang berkembang menuju klaster memiliki daya saing yang mampu menghadapi fenomena global.

Pendahuluan

Di banyak negara, baik di negara-negara maju maupun di negara yang sedang berkembang tumbuh kesadaran betapa pentingnya peranan UKM terutama dalam hal kemampuannya menyerap tenaga kerja. Dengan sifat bisnisnya yang fleksibel, UKM terbukti lebih tahan terhadap gejolak ekonomi, seperti halnya yang terjadi di Indonesia diawal masa krisis ekonomi yang terjadi sejak pertengahan tahun 1997. Usaha berskala kecil yang tergolong UKM relatif sangat mudah melakukan penyesuaian terhadap perubahan lingkungan. Di Indonesia dengan jumlah UKM mencapai 42 juta lebih unit yang tersebar di berbagai sektor merupakan sektor dimana lebih dari 99 persen angkatan kerja tergantung padanya. Dari berbagai kelebihan UKM sebagai pelaku usaha, keberadaan UKM dipandang berperan penting dalam struktur ekonomi suatu negara. Oleh

sebab itu upaya penumbuhan UKM termasuk mengembangkan daya saingnya dalam menghadapi fenomena globalisasi menjadi salah satu prioritas dari banyak negara. Pengakuan tentang pentingnya keberadaan UKM terlihat dengan jelas dalam forum APEC.

Walaupun posisi strategis dari UKM tidak terbantahkan, akan tetapi persoalan yang dihadapinya juga sangat kompleks. Karena karakteristik UKM yang berskala kecil, padat karya, berbasis sumberdaya lokal serta dengan berbagai keterbatasannya, maka untuk meningkatkan daya saingnya perlu dipilih strategi pengembangan UKM yang memiliki keunggulan. Salah satu pendekatan terintegrasi yang dipandang sesuai adalah pengembangan UKM melalui pendekatan kelompok serta membangun jaringan usaha yang saling terkait. Pendekatan pengembangan aktivitas usaha UKM secara berkelompok ini

dikenal dengan istilah sentra, dimana beberapa UKM melakukan kegiatan usaha yang sejenis seperti sentra garmen dan lain sebagainya. Kemudian untuk meningkatkan kapasitas serta daya saing usaha UKM dalam sentra ini dapat dikembangkan beberapa usaha yang cakupannya berbeda tetapi masih saling terkait menjadi bentuk klaster. Sebagai contoh pada sentra garmen juga dapat dikembangkan usaha terkait seperti industri tekstil, usaha perdagangan, lembaga penelitian dan pengembangan, industri asesoris garmen dan lain sebagainya.

Pengembangan UKM dengan pendekatan klaster dimana sekelompok UKM yang saling terkait dari berbagai aspek usaha dan beroperasi dalam wilayah yang saling berdekatan terbukti memiliki kemampuan untuk tumbuh dan berkembang. Industri yang berbasis klaster di beberapa negara menunjukkan kemampuannya secara berkesinambungan untuk mampu menembus pasar ekspor, menghasilkan nilai tambah yang memadai, mampu menyerap tenaga kerja dan sangat responsif terhadap pemanfaatan inovasi teknologi.

Untuk kasus UKM Indonesia dengan karakter dan kondisinya yang ada, maka pengembangan sistem bisnis berbasis klaster menjadi pilihan untuk meningkatkan daya saingnya. Melalui sistem klaster, akses UKM terhadap sumberdaya produktif meningkat, kapasitas produksi meningkat, akses pasar meningkat dan efisiensi usaha meningkat sebagai dampak dari aktivitas usaha yang saling bersinergi.

Karakter dan kondisi bisnis UKM.

Pemilihan strategi pengembangan usaha UKM yang tepat tidak dapat dipisahkan dari pemahaman tentang

karakter dan kondisi usaha UKM. Karakter usaha UKM merupakan penciri yang melekat yang secara struktural membedakannya dari usaha berskala besar. Secara umum karakter UKM dapat dikenali sebagai unit usaha yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

a. Skala usaha kecil

Salah satu karakter penting dari UKM adalah skala usahanya yang relatif kecil. Meskipun batas atas kategori usaha kecil adalah dengan omset maksimal 1 miliar, namun dalam kenyataannya sebahagian besar usaha kecil justru memiliki omset dibawah 500 juta. Mengacu pada argumentasi bahwa salah satu sumber keunggulan adalah melalui *economies of scale*, maka akan sulit bagi usaha berskala kecil secara individual untuk bersaing dengan usaha berskala besar dalam suatu aktivitas bisnis yang sama.

b. Padat karya

Produk usaha berskala kecil pada umumnya sangat padat karya. Kegiatan produksi yang melibatkan banyak tenaga kerja sebagai konsekuensi dari aktivitas yang menghasilkan produk yang berciri *hand made*. Produk UKM yang bersandar pada keahlian dan keterampilan tangan ini membawa konsekuensi pada kurangnya aspek presisi dan kesulitan untuk distandarisasi. Disamping memiliki kelemahan, aktivitas bisnis yang mengandalkan keterampilan individu tentu juga memiliki keunikan, sehingga mendapat pasar yang tersendiri. Keunikan produk UKM dapat dikembangkan sebagai sumber keunggulan menghadapi produk-produk yang berbasis pabrikasi (produk cetak).

c. Berbasis sumberdaya lokal dan sumberdaya alam.

Salah satu ciri dari orientasi berusaha di kalangan UKM pada umumnya adalah lebih kepada upaya melakukan aktivitas apa yang bisa dilakukan dengan sumberdaya yang ada, ketimbang memproduksi sesuatu yang diminta oleh pasar. Dengan kata lain aktivitas usaha UKM lebih kepada *production oriented*, memproduksi sebaik mungkin apa yang bisa dilakukan dengan bertumpu pada ketersediaan sumberdaya yang ada. Karakter aktivitas bisnis UKM seperti ini menghasilkan produk-produk unggulan yang komparatif pada masing-masing wilayah. Kebersinambungan usaha yang berbasis sumberdaya alam tentu sangat rentan, manakala UKM terlibat dalam aktivitas produksi yang mengeksploitasi sumberdaya alam yang tidak terbaharui.

d. Pelaku banyak

Karena hampir tidak ada *barrier to entry* pada aktivitas bisnis UKM, baik dari aspek teknologi, investasi, manajemen, perlindungan hak intelektual, maka sangat mudah bagi masyarakat untuk masuk ke dalam industri yang digeluti oleh UKM. Sebagai konsekuensinya relatif sangat banyak pelaku bisnis UKM dalam sektor dan kegiatan bisnis tertentu. Di satu sisi struktur usaha seperti ini sangat baik untuk mendorong kompetisi, tetapi di lain pihak UKM sering dihadapkan pada kondisi dimana banyak UKM sebagai produsen menghadapi kekuatan monopsonis.

e. Menyebar

Aktivitas bisnis UKM dapat dijumpai hampir diseluruh pelosok tanah air serta diberbagai sektor. Dengan demikian bila UKM dapat mengembangkan jaringan yang efektif, maka konsep *global produc-*

tion dapat dipenuhi, karena UKM mampu menghasilkan produk dimana saja dan memasarkannya kemana saja serta kapan saja. Dengan kata lain produk UKM yang sejenis sangat mudah diperoleh masyarakat dimana saja dan kapan saja. Berbeda dengan produk usaha berskala besar yang memerlukan sistem jaringan distribusi yang handal seperti coca-cola (*always*).

Karakteristik usaha UKM selain membawa konsekuensi yang melemahkan daya saingnya juga memberi kekuatan sebagai sumber keunggulannya. Tidak terkecuali bagi UKM, karakteristik usaha UKM harus dikembangkan agar mampu mengembangkan daya saingnya melalui cara-cara yang terintegrasi yaitu:

a. Menghasilkan produk yang memiliki keunikan. Upaya ini perlu dilakukan agar UKM mampu menghasilkan produk yang memiliki ciri pembeda dari produk lainnya. Produk yang memiliki ciri yang unik ini diperlukan untuk memudahkan membangun *image* sebagai sumber keunggulannya. Berbagai aktivitas yang dapat dilakukan untuk menghasilkan produk yang memiliki ciri yang khas adalah melalui inovasi untuk menghasilkan spesifikasi kualitas dan tampilan produk yang khas. Strategi yang terkait dengan upaya ini adalah mengembangkan UKM untuk melakukan aktivitas usaha yang terspesialisasi.

b. *Cost leadership* melalui efisiensi. Untuk memiliki daya saing atas produk yang dihasilkan oleh UKM, maka struktur pembiayaan dalam proses usaha UKM harus memungkinkannya untuk memproduksi barang dan jasa dengan harga

yang kompetitif. Reayasa kelembangaan harus dilakukan, diantaranya melalui mekanisme kolektif, agar usaha UKM mampu meningkatkan efisiensi melalui *economies of scale* dan *economies of scope*, meskipun skala usaha secara individu dari UKM relatif kecil dan aktivitasnya sangat terspesialisasi.

- c. Respon yang cepat terhadap pasar (*quick response*). Salah satu fenomena produk yang mengglobal adalah *life cycle* yang singkat. Hal ini boleh jadi sebagai akibat dari dinamika interaksi yang saling berpengaruh dari pola hidup masyarakat, sehingga perubahan yang cepat terhadap fungsi, fitur dan model suatu produk menjadi tantangan bagi semua pelaku bisnis untuk mengantisipasinya guna menjamin eksistensinya. Sifat bisnis yang fleksibel dari UKM seharusnya menjadi sumber keunggulan untuk merespon perubahan pasar yang dinamis.
- d. Jaringan yang kokoh. Dalam kondisi dimana aktivitas bisnis tidak mengenal batas (*borderless*), maka perusahaan yang memiliki keunggulan adalah perusahaan yang mampu menjawab tantangan, bahwa produknya dapat diproduksi dan dipasarkan dimana saja dan kapan saja. Kemampuan untuk menghadirkan produk dimana saja dan kapan saja tentu harus melalui upaya membangun jaringan yang luas dan kokoh. Bagi usaha besar berskala multinasional membangun jaringan yang luas melintasi batas negara dan budaya bahkan

membangun aliansi strategis dengan pesaingnya bukanlah hal yang sulit, tetapi tidak demikian halnya dengan UKM secara individu sebagai perusahaan.

Konsep sentra dan kluster

Sentra dapat diartikan sebagai pusat aktivitas kegiatan usaha pada lokasi atau kawasan tertentu, dimana terdapat pelaku usaha yang menggunakan bahan baku atau sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama atau sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi kluster. Sementara kluster dapat diartikan sebagai pusat perekonomian dalam suatu wilayah yang merupakan kelompok perusahaan, yang ditandai oleh tumbuhnya pengusaha-pengusaha yang menggunakan teknologi lebih maju, berkembang spesialisasi proses produksi pada perusahaan-perusahaan dan kegiatan ekonominya saling terkait dan saling mendukung. Dalam kluster yang telah berkembang dengan baik, kelompok usaha yang terdapat dalam kesatuan geografis bukan saja melibatkan usaha yang saling terkait mulai dari hulu sampai hilir, tetapi juga terdapat aktivitas-aktivitas jasa yang menunjang seperti lembaga penelitian dan pengembangan yang menunjang aktivitas usaha dalam kluster.

Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM telah menjadikan pengembangan sentra sebagai kebijakan dan program strategis dalam pemberdayaan UKM. Sampai tahun 2004, melalui fasilitasi Kementerian Koperasi dan UKM telah dikembangkan sebanyak 1006 sentra UKM yang bergerak di berbagai sektor.

Bertitik tolak dari karakteristik dan kelemahan dari usaha UKM, maka pemerintah dalam mengembangkan sentra juga mengembangkan *Business*

Development Services Provider (BDSP) serta fasilitasi pembiayaan bagi UKM melalui pengembangan sistem pembiayaan dana bergulir yang disalurkan oleh lembaga Koperasi Simpan Pinjam (KSP) atau Unit Simpan Pinjam Koperasi (USP). Ketiga komponen ini yaitu sentra, BDS dan KSP/USP dikembangkan secara terintegrasi untuk memberdayakan UKM, dimana strategi ini dikenal dengan istilah pemberdayaan UKM berbasis sentra.

Pengembangan sentra ini tentu menjadi bagian penting dari upaya memberdayakan UKM lebih lanjut menuju bentuk klaster. Sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan aktivitas bisnis dalam sentra, usaha-usaha baru dengan berbagai cakupan bisnis yang menunjang aktivitas sentra akan berkembang. Untuk sentra yang prospektif akan membutuhkan aktivitas usaha di sektor penyedia bahan baku, pemasaran, penelitian dan pengembangan, pengujian mutu, asuransi, dan lain sebagainya sebagai bentuk dari sebuah klaster.

Sejauh ini keberadaan klaster yang ideal di tanah air, utamanya yang melibatkan UKM masih belum berkembang. Namun dengan pendekatan pengembangan sentra secara terintegrasi dengan pelayanan keuangan melalui koperasi serta layanan konsultasi manajemen, diharapkan pola pemberdayaan UKM seperti ini dapat menjadi penggerak tumbuhnya berbagai kegiatan usaha dalam suatu kawasan menuju tumbuhnya klaster.

Model klaster yang ideal adalah sinergi beberapa aktivitas usaha UKM

yang saling terkait baik dari aspek proses produksi yang melibatkan UKM di sektor hulu sampai hilir, maupun usaha jasa yang dikembangkan oleh UKM sebagai penunjang aktivitas bisnis dalam klaster.

Pengembangan klaster di beberapa negara

Sebagai teladan sebenarnya banyak negara, baik negara maju maupun negara sedang berkembang yang telah mendorong berkembangnya klaster yang melibatkan UKM sebagai upaya untuk meningkatkan daya saingnya. Pendekatan klaster dalam pengembangan UKM dalam kenyataannya tidak saja memungkinkan UKM untuk bersaing dalam pasar global, tetapi telah memungkinkannya pula memasuki industri-industri yang berteknologi tinggi. Ada semacam hipotesa bahwa bagi UKM untuk bisa berkiprah dalam industri-industri yang berteknologi tinggi dan bersifat kompleks hanya akan dapat dilakukan melalui rekayasa kelembagaan yang memiliki karakter kolektif, sinergis dan berjaringan. Model kelembagaan bagi UKM yang ideal untuk mengakomodasi persyaratan seperti ini tampaknya sejauh ini adalah model klaster.

Pada tabel 1. dapat dilihat contoh klaster yang berkembang di beberapa negara yang juga sangat mungkin untuk dikembangkan di Indonesia, baik dilihat dari kesamaan karakter UKMnya yang umumnya berskala kecil dan masih tergolong tradisional maupun dilihat dari karakter negara dimana kebijakan pengembangan UKMnya juga tidak terlalu berbeda dengan di Indonesia.

Tabel 1. Klaster yang melibatkan UKM di beberapa negara.

NO	NEGARA	LOKASI KLASTER	SEKTOR
1	Brazil	Sinos Valley	Industri sepatu
2	Meksiko	Guadalajara dan Leon	Industri sepatu
3	India	Tirrupur	Industri pakaian dari bahan kapas
4	India	Bangalore	Permesinan dan elektronik
5	Korea	Chaebol	Elektronik

Sumber : Khalid Nadvi, 1995. Industrial Clusters and Network: Case Studies of SME Growth and Innovation.

Dari hasil pengamatan terhadap klaster sebagaimana tertera dalam tabel 1, ditemukan bahwa klaster-klaster tersebut memiliki cakupan aktivitas usaha yang cukup banyak, tidak saja melibatkan UKM di sektor hulu dan hilir tetapi juga melibatkan usaha-usaha lain yang bersifat penunjang. Sebagai ilustrasi, untuk klaster industri sepatu di Sinos valley, Brazil, terdapat 17 kelompok usaha dan lembaga yang memiliki cakupan yang berbeda satu sama lain, namun saling mendukung dan bersinergi. Dari 17 kelompok usaha yang terdapat pada klaster di Sinos Valley tersebut, secara umum dapat dikelompokkan ke dalam empat kategori besar yaitu a) sentra pengrajin sepatu yang melibatkan 480 perusahaan dengan 70.000 pekerja, b) industri hulu seperti industri kimia, komponen dan peternakan, c) industri hilir termasuk perusahaan jasa *forwarding* dan eksportir serta d) lembaga swadaya yang

terkait dengan klaster seperti asosiasi, lembaga promosi, pusat teknologi, pusat pelayanan UKM dan pusat pelatihan.

Dari keseluruhan gambaran yang terdapat di Sinos Valley dapat disimpulkan bahwa dalam satu klaster industri sepatu dapat dilibatkan 1.800 perusahaan dengan berbagai spesifikasi dan spesialisasi, 153.000 pekerja dengan berbagai keahlian serta mampu menembus pasar ekspor dengan meraih devisa sebesar 900 juta US dolar pada tahun 1992.

Perkembangan sentra

Pemberdayaan UKM melalui pendekatan sentra oleh Kementerian Koperasi dan UKM telah dilaksanakan sejak tahun 2001. Pendekatan sentra dalam pemberdayaan UKM tidak lain dilakukan sebagai program strategis untuk meningkatkan kinerja usaha UKM,

meningkatkan efisiensi produksi, meningkatkan daya saing menghadapi pasar yang kompetitif serta meningkatkan daya kompatibilitas untuk bermitra dengan usaha-usaha besar.

Dalam pemberdayaan UKM melalui wadah sentra ini dilakukan pendekatan pemberian bantuan perkuatan secara terintegrasi. Bantuan perkuatan yang diberikan berupa dukungan Lembaga Pengembangan Bisnis (BDS) dan pemberian dana stimulan dalam bentuk bantuan dana bergulir Dana Modal Awal dan Padanan (MAP).

Sampai tahun 2004 jumlah sentra yang telah ditumbuhkan di berbagai sektor mencapai 1006 unit dengan rincian seperti yang terdapat pada tabel 2.

Proyeksi

Dari sebanyak 1006 sentra yang telah dikembangkan melalui fasilitasi Kementerian Koperasi dan UKM, beberapa sektor sangat potensial berkembang menjadi klaster, yang melibatkan lebih banyak cakupan usaha

UKM. Sentra-sentra yang umumnya sangat potensial berkembang menjadi klaster, karena adanya beberapa faktor pendorong sebagai berikut:

- a. Kegiatan usaha yang dikembangkan dalam sentra memiliki ciri sebagai industri yang memiliki banyak keterkaitan dengan sektor atau kegiatan.
- b. Tumbuhnya spesialisasi kegiatan usaha dalam skala UKM agar usaha yang dikembangkan dalam sentra lebih efisien.
- c. Memiliki prospek pasar yang luas baik dalam maupun luar negeri.
- d. Berkembangnya usaha-usaha UKM yang terkait dengan aktivitas usaha yang ada dalam sentra.
- e. Secara teknis berbagai usaha yang saling terkait dan berhubungan berada dalam suatu kawasan.
- f. Berkembangnya lembaga-lembaga non bisnis yang terkait dengan pengembangan sentra.

Beberapa contoh sentra yang sangat potensial untuk berkembang dengan cepat

Tabel 2. Perkembangan jumlah sentra dari tahun 2001-2004.

JENIS SENTRA	TAHUN				JUMLAH
	2001	2002	2003	2004	
Pertanian	1	25	12	5	43
Perikanan	12	46	60	36	154
Perkebunan	7	43	38	13	101
Peternakan	2	27	27	15	71
Industri	28	113	105	60	306
Kerajinan	30	54	51	39	174
Makanan/minuman	19	24	82	32	157
Jumlah	99	332	375	200	1006

Sumber: Laporan Pelaksanaan Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha KUKM

menuju bentuk klaster antara lain sentra konveksi/garmen, sentra perikanan dan furniture. Sentra-sentra ini sangat potensial untuk berkembang menjadi klaster. Sebagai ilustrasi untuk sentra konveksi/garmen sangat dimungkinkan tumbuhnya berbagai usaha terspesialisasi yang saling terkait dengan sentra konveksi/garmen.

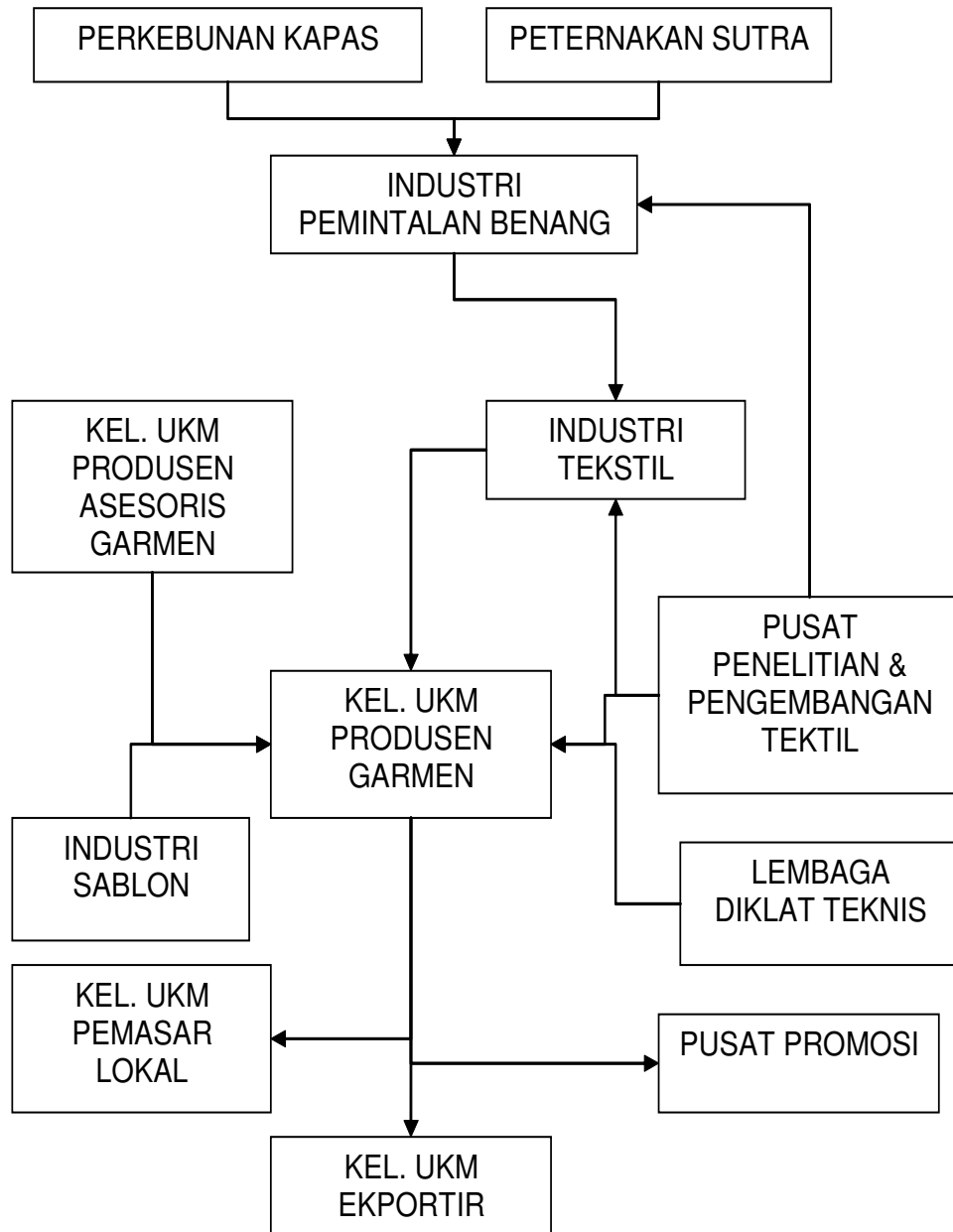
Usaha-usaha terspesialisasi yang dapat berkembang dalam sentra konveksi menuju bentuk sebuah klaster antara lain:

- a. Usaha produksi pakaian.
- b. Usaha pemintalan benang.
- c. Usaha bordir.
- d. Usaha produksi asesoris garmen (kancing, benang, jarum, label dll).
- e. Usaha sablon.
- f. Pusat pertokoan garmen lokal.
- g. Usaha perdagangan garmen untuk pasar luar.
- h. Pusat penelitian dan pengembangan tekstil.
- i. Pusat promosi produk garmen.
- j. Konsultan bisnis.
- k. Lembaga pembiayaan.

Agar sebuah sentra dapat berkembang menjadi klaster yang bersifat sinergis dengan berbagai kegiatan usaha,

maka faktor sarana dan prasarana menjadi sangat menentukan. Tidak semua sentra dapat dengan mudah berkembang menjadi klaster, mengingat masing-masing usaha yang ada dalam klaster kemungkinan memerlukan sarana dan prasana yang saling berbeda satu sama lain. Sebagai contoh, untuk usaha yang bersifat jasa sangat memerlukan sarana dan prasarana komunikasi, sementara untuk usaha-usaha yang berkaitan dengan kegiatan perdagangan, maka fasilitas transportasi baik darat, udara maupun laut sangat diperlukan.

Model sistem klaster yang baik secara umum digambarkan oleh tingginya tingkat keterkaitan berbagai kegiatan yang saling menunjang yang berada dalam satu kawasan. Subsistem yang terdapat dalam klaster dapat dikategorikan sebagai subsistem bisnis yang merupakan kumpulan dari pelaku-pelaku baik sebagai pelaku UKM maupun pelaku lain yang terkait, subsistem fasilitator baik yang dibentuk oleh pemerintah seperti lembaga penelitian dan pengembangan, lembaga sertifikasi dan lain-lain, maupun oleh masyarakat secara swadaya seperti asosiasi. Model klaster yang menunjukkan saling keterkaitan antar sub-sistem dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1. Ilustrasi model kluster industri Garmen yang mensinergikan UKM dari berbagai kelompok usaha yang saling terkait.

Untuk melihat apakah sebuah sentra memiliki potensi untuk berkembang menjadi klaster, secara sederhana dapat dikembangkan metode evaluasi. Untuk keperluan ilustrasi, pada tabel 3 disajikan gambaran indikatif tentang contoh sentra yang dapat dikembangkan menjadi klaster.

Tabel 3. Ilustrasi deskriptif proyeksi potensi sentra menjadi klaster

CONTOH SENTRA	RANTAI INDUSTRI	JUMLAH USAHA TERKAIT	POTENSI PASAR	JENIS USAHA POTENSIAL DALAM KLAS TER	POTENSI MENJADI KLAS TER
Hortikultura	Panjang	Banyak	Tinggi	Produksi pupuk Pengalengan	Tinggi
Penggemukan sapi	Sedang	Sedang	Sedang	Rumah potong Industri kulit	Sedang
Perkebunan sawit	Panjang	Banyak	Tinggi	Produksi pupuk Industri minyak Industri sabun	Tinggi
Budidaya kerapu	Pendek	Sedikit	Tinggi	Pengalengan Makanan ternak	Tinggi
Pengrajin sepatu	Panjang	Banyak	Tinggi	Produsen kulit Penyamakan Industri asesoris	Tinggi
Furniture	Sedang	Banyak	Tinggi	Produsen kayu Industri cat, lem Industri asesoris	Tinggi
Konveksi	Panjang	Banyak	Tinggi	Perkebunan kapas Pemintalan benang Industri garmen Industri asesoris Sablon	Tinggi
Emping Melinjo	Pendek	Sedikit	Rendah	Budidaya	Rendah
Emping melinjo	Pendek	Sedikit	Rendah	Pengepakan	Rendah

Tabel 4. Proyeksi indikatif sentra yang potensial menjadi klaster.

NO	SEKTOR	JUMLAH SENTRA	POTENSI MENJADI KLASTER		
			RENDAH	SEDANG	TINGGI
1	Pertanian	43	6	16	21
2	Perikanan	154	65	42	47
3	Perkebunan	101	53	31	17
4	Peternakan	71	21	22	28
5	Industri dan Kerajinan	480	130	279	71
6	Makanan/Minuman	157	134	17	6
	JUMLAH	1006	409	407	190

Dengan menggunakan teknik sederhana seperti pada table 3, maka dari 1006 sentra yang ada, yang dapat diproyeksikan secara indikatif untuk menjadi klaster seperti terlihat pada table 4.

Pada tabel 4 dicoba disajikan proyeksi secara indikatif, namun untuk memperoleh gambaran yang lebih sah perlu dilakukan pengkajian yang lebih mendalam dan sistematis.

Program stimulasi

Berkembangnya sentra menjadi klaster secara alami kemungkinan agak lambat, mengingat dibutuhkannya persyaratan infrastruktur yang memadai dan ketersediaan sumberdaya. Untuk mendorong berkembangnya klaster dari sentra-sentra yang potensial masih memerlukan berbagai program untuk menstimulasi berkembangnya klaster. Karena sebahagian dari program stimulasi tergolong sebagai barang publik, maka

untuk tahap awal program stimulasi pengembangan klaster perlu diprakarsai atau ditumbuhkan oleh pemerintah utamanya oleh pemerintah daerah.

Program stimulasi pengembangan sentra menjadi klaster disesuaikan dengan kebutuhan yang spesifik dari karakter potensi klaster yang ada. Pemerintah hanya memberikan dukungan dan fasilitasi yang tidak mungkin dikembangkan sendiri oleh masyarakat secara mandiri. Beberapa program stimulasi yang secara umum diperlukan meliputi:

1. Penumbuhan iklim kondusif.

Pengembangan klaster memerlukan dukungan perangkat yang memungkinkan klaster memiliki kesempatan yang luas untuk tumbuh dan berkembang. Peraturan daerah yang memberikan kemudahan perijinan, pemberian insentif yang memadai untuk dimungkinkannya investasi pada kawasan klaster akan

sangat mendukung tumbuh dan berkembangnya berbagai cabang industri dalam klaster.

Deregulasi yang mengarah pada upaya menekan ekonomi biaya tinggi sangat diperlukan agar industri dalam klaster memiliki daya saing sehingga memberikan prospek yang baik untuk berkembang. Karena klaster sangat terkait dengan ketersediaan kawasan yang memiliki infrastruktur yang memadai, maka kebijakan pemerintah yang secara khusus mendukung pengembangan kawasan klaster juga sangat diperlukan.

Karena sifat klaster yang terintegrasi, maka pendekatan pengembangan klaster juga harus dilakukan melalui sistem koordinasi lintas sektor pula. Mekanisme koordinasi lintas sektor dalam pengembangan klaster ini harus dijabarkan secara detail dalam perencanaan program aksi, penganggaran, implementasi program dan sistem monitoring dan evaluasi.

2. Konsolidasi pengembangan kawasan industri kecil.

Dalam rangka pengembangan klaster, maka unit-unit usaha UKM terkait yang tersebar perlu dikonsolidasi dalam suatu kawasan agar interaksi antar pelaku lebih mudah dan biaya transaksi dapat ditekan yang pada akhirnya akan meningkatkan efisiensi secara kolektif. Sampai tingkat tertentu konsolidasi pengembangan kawasan ini memerlukan kebijakan yang lebih sistematis untuk merelokasi industri-industri yang saling terkait.

3. Dukungan fasilitas publik.

Agar klaster dapat tumbuh dan berkembang dengan baik diperlukan dukungan infrastruktur ekonomi yang memadai. Infrastruktur yang diperlukan

menyangkut hal-hal yang memungkinkan industri-industri dalam klaster dapat berinteraksi baik secara fisik maupun secara virtual dengan cepat. Infrastruktur yang diperlukan juga menyangkut kepentingan industri dalam klaster untuk berhubungan dengan dunia luar. Infrastruktur yang lazim harus tersedia dalam kawasan klaster menyangkut sarana transportasi dan jaringan komunikasi. Tersedianya layanan perbankan yang mudah dan cepat juga sangat diperlukan dalam kawasan klaster.

4. Akses pada sumberdaya produktif.

Secara umum akses UKM terhadap sumberdaya produktif relatif rendah. Oleh karena itu dalam pengembangan klaster yang melibatkan UKM juga harus disediakan sumberdaya produktif yang diperlukan seperti modal, SDM, teknologi dan lain sebagainya. Penyediaan sumberdaya produktif bagi pengembangan klaster dapat di desain secara khusus dan terintegrasi secara lintas sektor disesuaikan dengan karakteristik dari klaster yang bersangkutan.

5. Pengembangan lembaga penunjang.

Sebagaimana layaknya klaster yang telah maju yang berkembang di negara lain, maka umumnya dalam sebuah klaster juga terdapat lembaga-lembaga pelayanan baik yang berorientasi profit maupun non-profit. Lembaga-lembaga yang umum dijumpai adalah asosiasi pengusaha, lembaga penelitian dan pengembangan, pusat promosi dan lain sebagainya disesuaikan dengan kebutuhan klaster. Lembaga-lembaga tersebut sebahagian didirikan oleh pemerintah.

Kesimpulan

1. UKM secara sendiri-sendiri dengan karakter dan kondisinya yang ada akan sulit bersaing menghadapi fenomena global.
2. Klaster industri merupakan pendekatan kelembagaan yang memiliki keunggulan untuk mensinergikan berbagai kekuatan dari berbagai sektor. Sistem klaster merupakan alternatif pilihan sebagai model kelembagaan untuk meningkatkan daya saing dan daya kompatibilitas UKM. Keandalan sistem klaster industri telah teruji di beberapa negara, baik di negara sedang berkembang maupun negara maju untuk mengembangkan daya saing UKM.
3. Keberadaan sentra merupakan cikal bakal yang tepat untuk berkembang menjadi klaster. Akan tetapi karena klaster memiliki beberapa persyaratan dan kondisi yang memungkinkannya untuk tumbuh dan berkembang, maka tidak semua sentra memiliki prospek yang sama untuk berkembang menjadi klaster. Sentra yang memiliki rantai industri yang panjang, kebutuhan keterkaitan yang erat, jaringan pasar yang luas memiliki potensi yang lebih besar untuk berkembang menjadi klaster.
4. Sentra-sentra yang diproyeksikan memiliki peluang menjadi klaster antara lain sentra konveksi, sentra pengrajin sepatu, sentra agroindustri kelapa sawit dan sentra furniture.
5. Untuk mengetahui secara lebih tepat sentra mana saja yang dapat berkembang menjadi klaster serta prasyarat apa saja yang diperlukan secara detail, perlu dilakukan pengkajian secara mendalam dan sistematis.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian KUKM. 2004. Laporan Pelaksanaan Pengembangan dan restrukturisasi Usaha KUKM.
- Khalid Nadvi, 1995. *Industrial Clusters and Networks: Case Studies of SME Growth and Innovation*. UNIDO.
- Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan Sentra Usaha Kecil dan Menengah. 2004. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Seri Kebijakan: Pengembangan Sentra UKM, BDS dan MAP. 2003. Kementerian Koperasi dan UKM.
- SME Cluster Development, Principle and Practices. 2004. UNIDO.