

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGEMBANGAN KLASTER UMKM ALAS KAKI DI KOTA BOGOR YANG BERDAYA SAING¹

Widyastutik^{*)}, Heti Mulyati^{**)}, Eka Intan K. Putri^{***)}

^{*)}Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor

^{**)}Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor

^{***)}Departemen Ekonomi Sumber Daya Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Manajemen
Institut Pertanian Bogor

ABSTRACT

Footwear Small Medium Enterprises's (SMEs) cluster is potential developed in Bogor city. Cluster approach is considered very strategic for social capital revitalization, increasing of SMEs's internal capacities such as production technique and management, and collective actions such as collective marketing and collective purchasing of raw material. The objectives of this research are to identify characteristic of footwear SMEs's cluster and to analyze the factors that affect the development of footwear SMEs's cluster in Bogor. This research used primary and secondary of data. The method of analysis used in this research is descriptive and Principal Component Analysis. The footwear cluster in Bogor is non active. The characteristic of non active cluster is less interacted between SMEs members. Respondents want cluster self creation (85 percent) such as business similarity, or raw materials similiraty activities. Footwear SMEs cooperation in Bogor is just trading cooperation. The factors that have significant impact on footwear cluster industries are social capital (X5) and demand condition (X2).

Keywords: Industrial Cluster, MSMEs, and Social Capital

ABSTRAK

Klaster UMKM alas kaki merupakan klaster yang potensial dikembangkan di Kota Bogor. Pendekatan klaster dianggap strategis untuk proses penumbuhan kembali modal sosial, peningkatan kapasitas internal UMKM, serta menghadapi tantangan eksternal secara bersama-sama. Tujuan penelitian adalah menganalisis karakteristik Klaster UMKM alas kaki dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Klaster UMKM alas kaki di Kota Bogor. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data diolah dan dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis multivariat yaitu analisis komponen utama. Klaster yang berada di Kota Bogor termasuk ke dalam klaster tidak aktif. Hal ini dicirikan dengan kurangnya interaksi antar anggota yang intensif dan keterkaitan antara industri terkait maupun industri pendukung masih rendah. Responden sekitar 85% menginginkan proses pembentukan klaster industri sebaiknya terbentuk dengan sendirinya, misalnya karena kesamaan jenis usaha, atau kesamaan bahan baku yang dibutuhkan. Jenis kemitraan yang dilakukan hanyalah sebatas kerjasama perdagangan umum. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pengembangan klaster UMKM adalah modal sosial (X5) dan kondisi permintaan (X2).

Kata kunci: Klaster Industri, UMKM, dan Modal Sosial

1 Penelitian dibiayai melalui Hibah Kompetitif Penelitian Sesuai Prioritas Nasional Batch II Tahun 2009

PENDAHULUAN

Kota Bogor memiliki UMKM yang potensial untuk dikembangkan. Berdasarkan studi pendahuluan, Kota Bogor memiliki banyak UMKM namun yang memiliki potensi untuk dijadikan klaster industri adalah industri alas kaki dalam hal ini sepatu dan sandal. Beberapa daerah yang menjadi sentra industri sepatu dan sandal adalah Kelurahan Cikaret, Pamoyanan, dan Mulyaharja yang berada di Kecamatan Bogor Selatan. Oleh karena itu, obyek dari penelitian ini lebih fokus pada UMKM yang bergerak dalam memproduksi alas kaki yaitu sepatu dan sandal.

Upaya pengembangan UMKM di Kota Bogor menghadapi permasalahan-permasalahan yang terkait dengan faktor internal (modal, SDM, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar) dan eksternal (iklim usaha yang belum kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana, implikasi otda dan perdagangan bebas serta krisis finansial global. Penelitian Schiffer-Weder (2001) menyatakan bahwa 39% responden UMKM menyatakan pembiayaan sebagai hambatan utama dalam berusaha. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM memang lebih sulit memperoleh kredit dari sektor keuangan formal dibandingkan dengan Usaha Besar (UB). Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Bank Indonesia (2005) yang menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM (64.6%) memerlukan kredit. Hal tersebut disebabkan pembiayaan UMKM masih berasal dari modal pribadi dan keluarga. Hal ini didukung kenyataan dilapang, bahwa walaupun banyak sumber dana yang tersedia tetapi belum banyak dimanfaatkan karena belum ada titik temu antara debitur dan kreditur. Permasalahanan UMKM terus berlanjut ketika terjadi krisis keuangan pada tahun 2007 yang ditandai dengan penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mencapai 10.38% yang berdampak pada penurunan daya saing di semua sektor termasuk UMKM.

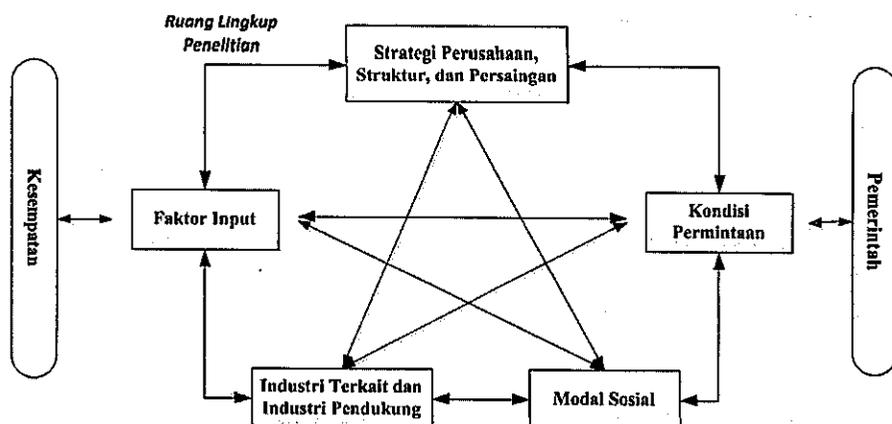
Berdasarkan fenomena tersebut, disatu sisi ada UMKM menghadapi permasalahan pembiayaan. Sedangkan

disisi lain, UMKM berpotensi besar, seperti adanya modal sosial yang berkembang di UMKM. Oleh karena itu, pendekatan klaster UMKM sering dilakukan dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM di masa depan. Pendekatan klaster dianggap strategis untuk proses penumbuhan kembali (*revitalization*) modal sosial, peningkatan kapasitas internal UMKM, dan upaya penggalangan tindakan bersama untuk menghadapi tantangan dari pihak luar yang semakin dinamis. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan klaster UMKM alas kaki perlu dikaji untuk melakukan langkah strategis selanjutnya.

Tujuan penelitian adalah (1) Mengkaji karakteristik klaster UMKM alas kaki di Kota Bogor, dan (2) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Klaster UMKM alas kaki di Kota Bogor. Ruang lingkup analisis berdasarkan pada empat faktor penentu daya saing atau *diamond model* yang mengarah pada daya saing industri sebagaimana yang dirumuskan oleh Porter (1998). Selain itu ditambahkan faktor modal sosial yang berkembang di UMKM.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran penelitian berdasarkan pada model keunggulan bersaing "*Diamond Porter*" yang dikemukakan oleh Porter (1998). Namun dalam hal ini, Teori Porter yang digunakan dalam penelitian berdasarkan pada empat faktor penentu / determinan yaitu (1) Faktor input, (2) Kondisi permintaan, (3) Industri terkait dan pendukung, dan (4) Strategi perusahaan, struktur, dan persaingan. Selain itu ditambahkan faktor penentu daya saing dalam UMKM yaitu modal sosial (*social capital*). Kelima faktor tersebut diharapkan dapat menjelaskan faktor-faktor penentu daya saing yang menumbuhkembangkan klaster alas kaki di Kota Bogor. Model tersebut dinamakan "*The Five Stars Competitiveness of Footwear SME's Cluster*". Hal tersebut disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. *The Five Stars Competitiveness of Footwear SME's Cluster*

Porter (1990) menyatakan bahwa klaster adalah konsentrasi geografis perusahaan dan institusi yang saling berhubungan pada sektor tertentu. Pada umumnya suatu klaster beranggotakan perusahaan penghasil produk, pemasok bahan baku dan bahan penolong, pemasok komponen, mesin-mesin, penyedia jasa, lembaga keuangan serta perusahaan lain yang bergerak dalam industri terkait. Klaster mencakup perusahaan industri hilir, produsen produk/jasa komplementer, penyedia infrastruktur dan penyedia jasa pelatihan, pendidikan, riset dan informasi, serta pemerintah yang banyak berperan dalam klaster.

Kajian Porter (1990) menunjukkan bahwa klaster mulai terbentuk dari UMKM yang mengelompok di satu wilayah dan kemudian terjadi keterkaitan antar faktor penentu tersebut, contohnya di Italia. Teori *Diamond Porter* tidak hanya diterapkan untuk menjelaskan keunggulan bersaing suatu negara, khususnya negara-negara maju dengan industri yang tergolong maju (*advanced*). Menurut Altenburg and Meyer-Stamer dalam Asian Development Bank (2001), klaster "artisanal" yang tidur sebagai klaster bertahan hidup (*survival clusters*) justru terjadi pada perusahaan mikro dan kecil. Pembentukan suatu klaster berarti menyusun rangkaian kesatuan unit-unit (*continuum*). Bagian inti merupakan klaster artisanal (artisan = pengrajin yang ahli). Klaster artisanal memperlihatkan karakteristik sektor informal dengan produktivitas dan skala upah yang jauh lebih rendah daripada skala perusahaan menengah besar. Tingkat spesialisasi dan kerjasama antar perusahaan yang rendah menunjukkan kelangkaan keahlian di angkatan kerja lokal maupun struktur sosial yang rapuh. Hal ini merupakan salah satu karakteristik UMKM. Namun demikian klaster lainnya telah berkembang cepat dari segi peningkatan ketrampilan, teknologi, dan keberhasilan penetrasi pasar domestik dan pasar ekspor. Klaster inilah yang selanjutnya dapat ditemui pada industri yang tergolong maju (*advanced*) seperti manufaktur sepatu di Brazil, Meksiko, dan India, peralatan bedah di Pakistan, garmen di Peru dan meubel di Indonesia, industri kendaraan, elektronika, produksi permesinan, dan *software* dari Jerman, perbankan, asuransi, penerbitan musik dan film, *tourism*, *fashion*, periklanan, jasa bisnis dari London, industri turis, makanan, mebel dan produksi permesinan dari Italia.

Seiring waktu, banyak klaster aktif makin menjadi kompleks dan berkembang menjadi klaster industri maju. Hal tersebut menyebabkan terjadinya peningkatan spesialisasi dan kerjasama dalam klaster. Anggota klaster akan mulai mengorganisir diri untuk jasa-jasa tertentu seperti pembelian bersama, *branding*, periklanan, distribusi atau ekspor. Contoh UMKM mebel dan dekorasi interior, pengolahan logam, produk

kulit dan tekstil dari daerah Yogya dan Solo, pengolah logam dari Klaten.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian berada di Kota Bogor. Waktu penelitian 6 (enam) bulan dari mulai bulan Juni sampai dengan Desember 2009.

Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Secara detail, data yang dikumpulkan meliputi:

1. Data primer diperoleh dari wawancara dengan para pelaku ekonomi yang dipilih berdasarkan *purposive sampling* yaitu *judgement* dan *quota sampling*.
2. Data sekunder (mencakup data-data potensi ekonomi dan keuangan nasional dan daerah) yang diperoleh dari Kementerian Perindustrian, Badan Pusat Statistik, Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop) Kota Bogor.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan non probabilitas dengan kriteria tertentu yaitu *purposive sampling* berupa *judgement* dan *quota sampling*. Sampel pada penelitian ini hanya terdiri dari pelaku UMKM di Kota Bogor sejumlah 94 pelaku UMKM alas kaki.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis peubah ganda (*multivariate analysis*) berupa komponen utama (*Principal Component Analysis*). Pada tahap selanjutnya, dari hasil analisis tersebut dihasilkan beberapa "Faktor Utama" penciri utama keragaman faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM di Kota Bogor. Faktor penciri tersebut merupakan terjemahan dari faktor penentu daya saing dalam Diamond Porter (1990) dengan modifikasi tambahan faktor penentu daya saing yaitu *social capital*. Beberapa penelitian menunjukkan di UMKM selain memperhatikan faktor *tangible* juga harus mempertimbangkan faktor *intangible* seperti *social capital*. Menurut Putnam (1995), *social capital* merupakan ciri-ciri organisasi sosial seperti norma-norma, jaringan, dan kepercayaan yang memfasilitasi kerja sama dan koordinasi untuk saling menguntungkan. Hal tersebut terjadi di UMKM sehingga *social capital* menjadi salah satu faktor penentu pembentukan klaster yang berdaya saing.

Faktor-faktor tersebut adalah faktor input (*input condition*) yang dapat diuraikan lagi menjadi 18 indikator variabel, faktor permintaan (*demand condition*) terdiri dari 14 indikator variabel, industri pendukung dan terkait (*related and supporting industries*) yang terdiri dari delapan indikator variabel serta strategi perusahaan dan pesaing (*context for firm and strategy*) yang juga dapat dijabarkan menjadi 10 indikator variabel. Untuk

social capital terdiri dari 7 indikator variabel (Lihat Tabel 1 sampai dengan 6). Untuk *factor chance* dan *government* tidak dijadikan variabel penentu daya saing, dengan pertimbangan pada penelitian memprioritaskan empat determinan pokok dalam menentukan daya saing yaitu faktor input, permintaan, industri pendukung dan terkait, strategi perusahaan dan pesaing dan *modal social*.

Tabel 1. Variabel Dasar yang Mempengaruhi *Condition Factor*

No	Variabel
1	Bahan baku tersedia dalam jumlah yang cukup Saat ini, bahan baku utama mudah untuk diperoleh
2	Kualitas bahan baku sudah sesuai dengan permintaan dan selera konsumen
3	Bahan baku selalu tersedia sehingga produksi dapat continue
4	Harga bahan baku yang digunakan cukup kompetitif dan sesuai
5	Jumlah alat dan mesin produksi sudah memadai
6	Alat-alat /mesin dalam proses produksi up to date
7	Biaya investasi untuk peralatan dan mesin cukup mahal (> 30% total investasi)
8	Pekerja memiliki ketrampilan sesuai dengan yang dipersyaratkan
9	Tenaga kerja mudah diperoleh karena berasal dari sekitar lokasi usaha
10	Pekerja mampu menghasilkan produk sesuai dengan target perusahaan (produktivitas yang tinggi)
11	Adanya program pelatihan atau magang untuk meningkatkan ketrampilan pekerja
12	Upah tenaga kerja sudah sesuai dengan UMR
13	Faktor modal tidak menjadi kendala dalam pengembangan usaha
14	Sumber pembiayaan bagi UMKM sebaiknya berasal dari lembaga perbankan maupun non bank
15	Apabila pengusaha ingin meminjam uang, maka perlu adanya jaminan yang sesuai dengan kondisi keuangan peminjam
16	UMKM lebih dipermudah untuk akses ke sektor perbankan maupun non perbankan
17	Sebaiknya suku bunga kredit tidak memberatkan UMKM
18	Prosedur pengajuan kredit untuk UMKM lebih baik dipermudah terutama dalam persyaratan

Tabel 2. Variabel Dasar yang Mempengaruhi *Demand Condition*

No	Variabel
1	Pertumbuhan permintaan produk sangat pesat selama tiga tahun terakhir
2	Permintaan tidak hanya oleh pasar lokal tapi juga pasar nasional
3	Permintaan produk juga berasal dari luar negeri
4	Pelaku UMKM mengetahui informasi pasar dengan cepat sehingga mengetahui trend perubahan pasar yang terjadi
5	Informasi pasar sangat diperlukan untuk mengetahui jumlah produksi yang diperlukan
6	Informasi pasar sebaiknya diberikan oleh pihak yang memberikan dana dengan sejujurnya
7	Informasi pasar sangat mempengaruhi produksi UMKM
8	Pelaku UMKM menggunakan pameran untuk memperluas jaringan pasar
9	Kerjasama pemasaran diperlukan untuk memperkuat keterkaitan antara pelaku UMKM dengan industri
10	Pangsa pasar produk sudah pasti (<i>captive market</i>) sehingga tidak susah lagi untuk mencari konsumen
11	Rantai pemasaran umumnya pendek dan sudah dirintis sejak lama
12	Keunikan produk UMKM menjadi daya tarik tersendiri baik untuk pasar lokal maupun ekspor
13	Media promosi seperti iklan di surat kabar atau leaflet digunakan untuk memperluas pasar
14	Kualitas produk sangat diperhatikan oleh konsumen

Tabel 3. Variabel Dasar yang Mempengaruhi *Firm Strategy, Structure, dan Rivalry*

No	Variabel
1	Ketepatan ketersediaan produk akan mempengaruhi pangsa pasar UMKM
2	Adanya jaringan internal di antara industri sejenis
3	Selama ini terdapat jaringan internal antara pelaku UMKM dengan bagian hulu seperti pemasok bahan baku, mesin-mesin dan hilir
4	Selama ini terdapat jaringan internal antara pelaku UMKM dengan bagian hilir seperti distributor, agen dan konsumen
5	Tingkat keuntungan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan baik
6	Adanya jaringan antar pelaku UMKM berpengaruh terhadap kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan
7	Adanya jaringan internal dengan pelaku hulu dan hilir berpengaruh terhadap kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan
8	Kinerja usaha yang baik akan menghasilkan produk dengan kualitas baik
9	Kinerja usaha yang baik akan meningkatkan daya saing perusahaan
10	Tidak adanya persaingan harga antar pelaku UMKM

Tabel 4. Variabel Dasar yang Mempengaruhi *Related and Supporting Industries*

No	Variabel
1	Adanya keterlibatan pemerintah atau instansi terkait dalam pendampingan, pemasaran dan pembiayaan UMKM
2	Kerjasama dengan Perguruan tinggi maupun lembaga penelitian sangat menguntungkan bagi pengembangan UMKM
3	Adanya keterlibatan asosiasi dalam pengembangan UMKM
4	Adanya keterlibatan pihak perbankan maupun non perbankan dalam pembiayaan UMKM
5	Adanya keterlibatan universitas dalam penemuan baru (invention) maupun aplikasi teknologi dari penelitian
6	Masyarakat setempat sangat mendukung pengembangan UMKM sehingga tercipta simbiosis mutualisme, UMKM dengan mudah memperoleh sumber daya tenaga kerja
7	Dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat, maka UMKM memiliki peranan dalam menumbuhkan industri
8	Dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat, maka UMKM memiliki peranan dalam menumbuhkan industri hilir

Tabel 5. Variabel Dasar yang Mempengaruhi *Social Capital*

No	Variabel
1	Kegiatan produksi adalah untuk mencapai kesejahteraan bersama, tidak hanya keuntungan semata tetapi dapat memberikan manfaat kepada masyarakat
2	Kegiatan produksi tidak menghasilkan eksternalitas negatif yang merugikan masyarakat banyak
3	Kegiatan produksi berwawasan jangka panjang, tidak merusak lingkungan
4	Adanya kegiatan bersama selain usaha bisnis yang dilakukan oleh pelaku UMKM seperti diselenggarakannya pengajian atau arisan bersama
5	Adanya forum bersama (rembuk klaster) diantara pelaku UMKM
6	Kerjasama dalam pembiayaan menguntungkan UMKM
7	Adanya transparansi dan kejujuran merupakan kunci utama dalam pengembangan klaster
8	Kualitas produk sangat diperhatikan oleh konsumen

Tabel 6. Variabel Dasar yang Mempengaruhi Klaster Industri

No	Variabel
1	Ketepatan ketersediaan produk akan mempengaruhi pangsa pasar produk UMKM
2	Ketersediaan bahan baku dipengaruhi oleh adanya kemitraan dalam klaster
3	Klaster UMKM berpengaruh terhadap besarnya pangsa pasar perusahaan
4	Aktivitas klaster berpengaruh terhadap penjualan perusahaan karena adanya pemasaran bersama
5	Klaster industri dapat mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan
6	Tingkat keuntungan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dalam klaster
7	Sistem kemitraan dalam klaster berpengaruh terhadap daya saing perusahaan
8	Kinerja usaha dari klaster UMKM yang baik akan meningkatkan daya saing klaster secara keseluruhan
9	Sistem klaster berpengaruh terhadap biaya /investasi keseluruhan yang menjadi lebih murah
10	Klaster UMKM akan menghasilkan produk dengan kualitas yang baik
11	Sistem klaster berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan secara tepat waktu (<i>on time delivery</i>)
12	Sistem klaster berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Model akan direduksi dengan menggunakan metode *step wise regression* untuk mendapatkan variabel-variabel mana saja yang mampu menjelaskan keragaman karakteristik. Pada tahap selanjutnya, variabel tersebut diseleksi berdasarkan kelengkapan dan kemampuan variabel dalam menjelaskan keragaman karakteristik faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Klaster UMKM di Kota Bogor dengan menggunakan metode analisis komponen utama (PCA). Dengan metode PCA maka dihasilkan beberapa "faktor utama" penciri utama. Analisis *multivariate* dilakukan dengan menggunakan alat analisis *software* Minitab 14.

Model persamaan yang digunakan dalam analisis komponen utama faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Klaster UMKM di Kota Bogor sebagai berikut :

$$Y_i = a_{i1}X_1 + a_{i2}X_2 + a_{i3}X_3 + a_{i4}X_4 + a_{i5}X_5$$

dimana :

- Y = klaster industri
- a_{i1} - a_{i11} =Vektor pembobot
- X1 = *condition factor*
- X2 = *demand condition*
- X3 = *firm strategy, structure, and rivalry*
- X4 = *related and supporting industries*
- X5 = *social capital*

Untuk mengetahui variabel mana yang merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM di Kota Bogor, maka dapat dilihat dari nilai *loading*-nya (*loading score*). Nilai *loading* yang positif menunjukkan bahwa korelasi antara variabel penjelas dengan komponen utama berbanding lurus. Sebaliknya, nilai *loading* yang negatif menunjukkan bahwa korelasi

antara variabel penjelas dengan komponen utama berbanding terbalik. Adapun *rule of thumb* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,7. Dengan demikian, variabel yang mempunyai korelasi signifikan adalah variabel dengan *loading score* $\geq 0,7$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Klaster UMKM Alas Kaki

Sentra UMKM alas kaki di Kota Bogor berada di wilayah Kecamatan Bogor Selatan yang tersebar di beberapa kelurahan yaitu di kelurahan Mulyaharja (29,79%), Cikaret (35,11%), Pamoyanan (26,60%). Dari total responden sebanyak 94 responden, UMKM di Kota Bogor sebagian besar didominasi oleh laki-laki yaitu sebesar 84,04% dan sisanya sebesar 15,96% adalah perempuan Untuk UMKM alas kaki membutuhkan ketrampilan, dan kecekatan dalam menggunakan mesin-mesin seperti mesin jahit, mesin gerinda, gunting dan tatakan kompor sehingga laki-laki dominasi lebih banyak mendominasi dibanding jenis UMKM lain seperti garmen yang banyak didominasi perempuan.

Latar belakang pendidikan responden banyak didominasi oleh lulusan SD yaitu sebesar 55,3%. Responden sebanyak 20,2% berlatar belakang pendidikan SLTP, sedangkan yang tamat SMU dan tidak tamat SD masing-masing sebesar 11,7%. Sisanya sebesar 1,1% yang lulus sarjana. Sebagian besar responden yang tamat SD menunjukkan bahwa UMKM di Kota Bogor khususnya sepatu dan alas kaki belum memiliki pengetahuan yang memadai.

Responden sebagian besar berusia produktif yaitu berkisar antara 30 sampai dengan 50 tahun yaitu sebesar 74,19%, sedangkan 13,98% berusia kurang dari 30 tahun. Sisanya sebesar 11,83% berumur lebih dari 50 tahun. Dari data tersebut diatas juga ditunjukkan bahwa mayoritas pekerja di bidang UMKM adalah mereka yang berusia produktif, hal ini terkait dengan dibutuhkannya keahlian dan kecakapan dalam bekerja di bidang UMKM dan umumnya dimiliki oleh pekerja berusia muda dan produktif.

Analisis Aspek Non Finansial dan Finansial

Agar supaya pengklasteran usaha dapat dilakukan maka aspek non finansial dan finansial bagi setiap unit usaha mutlak perlu diketahui dan dilakukan kajiannya. Berikut kajian tentang aspek non finansial dan finansial dari unit usaha alas kaki.

Aspek Non Finansial

Aspek yang dibahas dalam aspek non finansial adalah aspek produksi, pemasaran, dan Sumber Daya Manusia (SDM).

Aspek Produksi

Faktor yang sangat menentukan kualitas produk alas kaki adalah pengetahuan responden untuk meningkatkan proses produksi dan mutu dari produk itu sendiri. Mayoritas usaha, yaitu sekitar 57% memiliki pengetahuan untuk meningkatkan kemampuan proses produksi dan mutu produk sedangkan sisanya 43% tidak memiliki pengetahuan mengenai hal tersebut. Jenis informasi untuk meningkatkan mutu adalah yang terkait adalah model atau motif yang sedang *trend* (82% responden).

Aspek Pemasaran

Walaupun usaha alas kaki yang dikelola pengusaha berskala usaha kecil hingga menengah, namun hampir semua usaha yang ada melakukan strategi pemasaran secara sederhana. Mayoritas usaha (yaitu sekitar 85%) melakukan *mix* strategi pemasaran dengan mengkombinasikan antara segmentasi pasar dan *positioning*. Sekitar 12% usaha yang fokus melakukan segmentasi pasar saja dan hanya 3 (tiga) persen yang melakukan *positioning* dalam strategi pemasarannya.

Variabilitas daerah penjualan produk UMKM di lokasi penelitian sangatlah luas. UMKM yang ada disana tidak hanya melakukan pemasaran secara domestik tetapi juga mengeksport produk ke beberapa negara dengan kisaran antara 5% hingga 50%, antara lain ke Negara Hongkong, India, Afrika dan Timur Tengah.

Untuk pemasaran domestik mayoritas (sekitar 73,91%) dilakukan dalam satuan wilayah kabupaten, 16,30% dalam kabupaten antar provinsi, dan sisanya tersebar dalam wilayah kecamatan dalam suatu kabupaten dimana UMKM berada.

Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Faktor terpenting dalam operasionalisasi UMKM adalah terkait dengan sumberdaya manusia, baik secara kuantitas maupun kualitas. Sesuai dengan karakteristik jenis usaha dan sifat usaha yang informal dengan aspek legal yang lemah, mayoritas responden (sekitar 78%) menyatakan bahwa terdapat kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja. Kemudahan keluar-masuk tenaga kerja dalam sektor informal merupakan juga karakteristik lain dari usaha di sektor informal.

Mayoritas tenaga kerja yang bekerja disana berasal dari Kota Bogor, yaitu sekitar 83%, sekitar 12% tenaga kerja berasal dari wilayah sekitar Bogor dan hanya sekitar lima persen tenaga kerja berasal dari Ciamis, Sukabumi, Tasikmalaya dan Banten. Itupun umumnya diperoleh atas dasar hubungan kekerabatan tertentu, seperti saudara, keponakan, atau sebagainya.

Aspek Finansial

Mayoritas pengusaha alas kaki di lokasi penelitian memperoleh modal secara sendiri, yaitu sebesar 62,77%, sedangkan sisanya mendapat sumber permodalan dari lainnya, yaitu dari saudara, dari orangtua, dari lembaga keuangan informal, bank, atau lainnya.

Sesuai dengan skala usaha yang berskala kecil hingga menengah, maka investasi yang ditanamkan dalam usaha alas kaki ini juga kecil. Responden dominan (92%) memiliki nilai investasi bagi usahanya dibawah 25 juta, ada tujuh persen yang memiliki nilai investasi berkisar 25-50 juta dan hanya satu persen yang memiliki nilai investasi hingga Rp 100 juta.

Sesuai dengan karakteristik UMKM yang umumnya memiliki pengelolaan yang masih sederhana, tradisional, dan konvensional, maka indikator demikian pula dihadapi dengan manajemen keuangannya. Sekitar 69% usaha yang berkembang di lokasi penelitian tidak pernah melakukan pembukuan yang memadai, dan bahkan mencatat pun sesuatu yang jarang dilakukan. Umumnya usaha yang ada digerakkan dengan '*feeling*' semata tanpa panduan bisnis yang baik dan benar.

Informasi tentang sumber pendanaan memberi sinyal yang tidak jauh berbeda dengan pertanyaan, apakah responden memanfaatkan fasilitas kredit modal. Mayoritas responden 85% sama sekali tidak memiliki

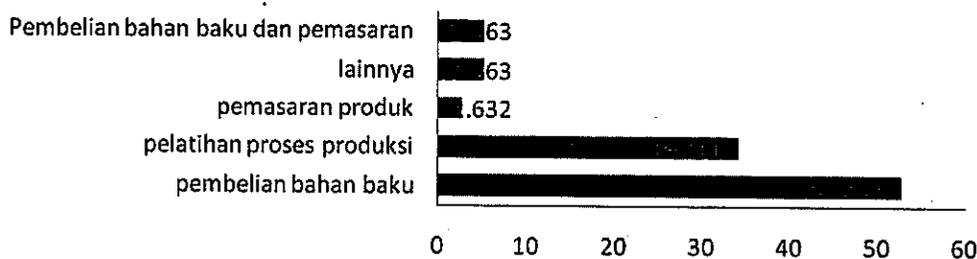
akses dan memanfaatkan fasilitas kredit modal. Alasan yang harus tersedia jaminan, takut dengan bunga, dan proses yang berbelit-belit, serta turunnya dana yang membutuhkan waktu lama, yang membuat pengusaha enggan berhubungan dengan lembaga keuangan pemberi modal. Walaupun sesungguhnya di lokasi penelitian bertebaran lembaga pemberi fasilitas kredit modal, yaitu umumnya lembaga perbankan umum (yaitu sekitar 92%).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Klaster UMKM Alas Kaki

Karakteristik Klaster

Hasil survei melalui penyebaran kuesioner seluruh responden (100%) tidak mengetahui tentang klaster industri. Walaupun mereka tidak paham tentang klaster industri, tetapi sesungguhnya mereka berada dalam mekanisme klaster industri itu sendiri, yaitu antara lain mereka terkumpul dan berkelompok dalam satuan usaha yang sejenis atau mendekati sejenis, yaitu sama-sama berkecimpung di industri yang berbahan baku kulit. Oleh karena itu, pengklasteran industri dilakukan berdasarkan UMKM alas kaki.

Demikian pula halnya dengan pengetahuan mereka tentang apakah di wilayah penelitian tersebut sudah terbentuk klaster industri atau belum. Mayoritas responden (59%) menyatakan bahwa di wilayahnya tidak terbentuk klaster industri.



Gambar 2. Bentuk Kerjasama Klaster UMKM Alas Kaki

Jika dibentuk klaster industri di wilayah penelitian maka mayoritas (52,63%) menginginkan klaster industri terbentuk berdasarkan pembelian bahan baku. Sekitar 34,21% klaster industri terbentuk berdasarkan pelaksanaan pelatihan proses produksi, atau dapat pula melalui kerjasama pembelian bahan baku dan pemasaran. Namun, terdapat pula yang menginginkan klaster industri dibangun atas dasar pemasaran produk, dan lain sebagainya. Oleh karena itu di beberapa tempat seperti di Kelurahan Cikaret telah terbentuk Klaster dalam wujud sebuah paguyuban yang telah terbentuk sejak tahun 2002, walaupun dapat dikatakan sebagai klaster tidak aktif. Fungsi paguyuban di Kelurahan

Cikaret baru sebatas dalam pemberian informasi jika ada pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh beberapa instansi. Hal ini menyebabkan, kegiatan bersama untuk produksi dan pasar (seperti pembelian bahan baku bersama ataupun kantor pemasaran bersama) belum dilakukan oleh paguyuban tersebut. Pembelian bahan baku dan pemasaran dilakukan secara individual. Namun, banyak para pelaku UMKM yang belum menjadi anggota paguyuban bahkan ada beberapa yang belum mengetahui adanya paguyuban.

Responden yang menginginkan dalam wilayah tersebut ada kerjasama yang baik melalui kelembagaan yang kokoh adalah sebesar 84%. Para pengusaha sebaiknya dikelompokkan dalam distrik industri (*industrial district*) kecil menengah di dalam suatu wilayah. Faktor-faktor penentu kesuksesan dari klaster tersebut adalah kedekatan geografis, spesifikasi sektoral, dominasi keterlibatan perusahaan-perusahaan kecil dan menengah, adanya kolaborasi yang kuat antar perusahaan, kerja sama antar perusahaan yang didasari oleh inovasi, kuatnya aspek sosial budaya yang ditandai dengan dasar saling percaya, adanya organisasi pembantu lainnya yang aktif, dan dukungan pemerintah pusat dan lokal.

Klaster yang berada di Kota Bogor termasuk ke dalam klaster tidak aktif. Hal ini dicirikan dengan tidak adanya interaksi antar anggota yang intensif. Selain itu, keterkaitan antara industri terkait maupun industri pendukung masih rendah.

Hal lainnya yang menunjukkan bahwa klaster tersebut tidak aktif adalah hubungan dengan pemerintah maupun lembaga-lembaga lainnya seperti universitas, lembaga standar nasional, lembaga pelatihan, asosiasi perdagangan masih sedikit dan tidak intensif. Padahal, klaster didefinisikan oleh keterkaitan dan saling melengkapi antar industri dan lembaga-lembaga yang penting terhadap persaingan.

Kemitraan merupakan suatu bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih yang saling menguntungkan. Jaringan kemitraan sesungguhnya tidak hanya sekedar kerjasama semata, namun ada hal lain yang

tak kalah penting, yaitu ada proses pembinaan antara kelembagaan utama dengan kelembagaan mitranya, jadi sangat tergantung pada kedalaman jaringan kerjasama yang dibangun.

Pada lokasi penelitian, mayoritas responden yaitu sebesar 57%, melakukan kemitraan dengan pihak atau usaha lain. Sekitar 43% tidak memiliki jaringan kemitraan dengan usaha lain. Jika ditilik lebih jauh, jenis kemitraan yang dimaksud hanyalah sebatas kerjasama dalam hal perdagangan umum. Kedalaman jenis kemitraan yang terjalin dalam hubungan UMKM sangat rendah, bisa dikatakan hanya hubungan bisnis semata (Lihat Gambar 3).

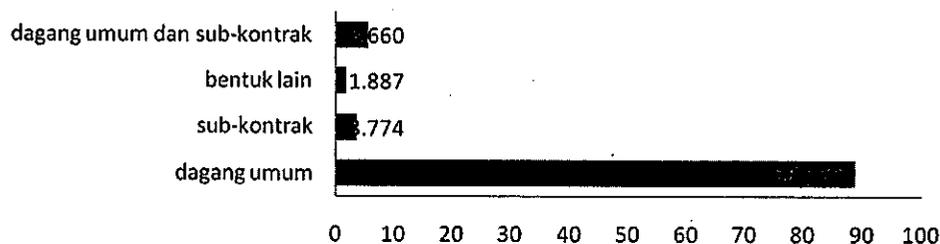
Berbagai bentuk kemitraan terbangun dalam hubungan usaha. Mayoritas responden, yaitu sekitar 38,89% hubungan kemitraan yang terjalin sebatas pembelian bahan baku dan sekitar 31,48% sebatas pembelian bahan baku dan pemasaran, serta sekitar 24,075 sebatas pembelian bahan baku dan modal kerja. Sedangkan hubungan kemitraan lain yang terjalin namun dengan persentase yang kecil, yaitu pemasaran produk, modal kerja, dan pembelian bahan baku, masing-masing sebesar 1,85%. Hampir seluruh responden menyatakan bahwa ada manfaat yang diperoleh dengan melakukan

kemitraan, yaitu sebesar 100%. Manfaat yang dirasakan adalah adanya kepastian dan kontinuitas pasokan bahan baku, kepastian pembeli, bantuan modal kerja, dan sebagainya.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Klaster UMKM Alas kaki di Kota Bogor

Berdasarkan hasil pengolahan diperoleh beberapa "Faktor Utama" pencari utama keragaman faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM di Kota Bogor. Faktor-faktor tersebut adalah faktor input (*input condition*) yang berasal dari 18 faktor, faktor permintaan (*demand condition*) yang berasal dari 14 faktor, industri pendukung dan terkait (*related and supporting industries*) yang berasal dari 8 faktor serta strategi perusahaan dan pesaing (*context for firm and strategy*) yang juga dapat diperoleh dari 10 faktor. Untuk sosial *capital* diperoleh dari 7 (tujuh) faktor pendukung. Hasil penelitian menunjukkan yang berpengaruh signifikan terhadap klaster industri adalah modal *social* (X5) dan kondisi permintaan (X2) (lihat Tabel 7).

Social capital merupakan ciri-ciri organisasi sosial seperti norma-norma, jaringan, dan kepercayaan



Gambar 3. Jenis Kemitraan

Tabel 7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembentukan UMKM Klaster Sandal di Kota Bogor

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LN_X1	0.323823	0.196806	1.645397	0.1041
LN_X2	-0.444780	0.178355	-2.493782	0.0149
LN_X3	0.184168	0.184438	0.998537	0.3213
LN_X4	-0.298588	0.121753	-2.452401	0.0165
LN_X5	0.811059	0.200247	4.050285	0.0001
C	-0.709807	0.321728	-2.206236	0.0305
R-squared	0.310629	Mean dependent var		-1.029669
Adjusted R-squared	0.264050	S.D. dependent var		0.938389
S.E. of regression	0.805021	Akaike info criterion		2.476141
Sum squared resid	47.95630	Schwarz criterion		2.654793
Log likelihood	-93.04562	F-statistic		6.668841
Durbin-Watson stat	1.969257	Prob(F-statistic)		0.000035

Sumber: Data Primer, Diolah

yang memfasilitasi kerja sama dan koordinasi untuk saling menguntungkan (Putnam, 1995). Tingkat *social capital* memiliki dampak yang signifikan terhadap proses-proses pembentukan klaster. *Social capital* juga memberikan peranan dalam dunia agribisnis karena agribisnis merupakan sebuah sistem yang berhubungan dengan manusia. Adanya *social capital* dapat mendorong terbentuknya kepercayaan yang memberikan keeratan atau kohesi yang menjaga hubungan ini secara bersama dalam mendukung tujuan bisnis, dan kepercayaan juga dapat mengurangi ketidakpastian dalam transaksi bisnis (Wilson, 2000).

Variabel lainnya yang mempengaruhi klaster adalah kondisi permintaan. Permintaan merupakan hal penting dalam kontinuitas klaster industri. segmen permintaan yang luas dalam jangka waktu tertentu dapat memperoleh keunggulan dalam skala ekonomi. Peran yang lebih signifikan dalam struktur segmen pasar dibentuk oleh atensi dan prioritas pemerintah daerah. Artinya pemerintah daerah berperan dalam meningkatkan permintaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Potensi wilayah Kota Bogor yang dapat dijadikan klaster industri adalah industri alas kaki. Aspek non finansial menunjukkan pengetahuan UMKM mengenai mutu produk masih rendah, demikian juga pemasaran masih dilakukan secara sederhana. Strategi pemasaran UMKM adalah *mix* antara strategi segmentasi dan *positioning*. Dengan merupakan sektor informal, maka tenaga kerja sering keluar masuk, hal ini mempengaruhi kontinuitas produksi. Dari sisi finansial, sumber modal berasal dari modal sendiri dan tidak memiliki akses kredit dan memanfaatkan fasilitas kredit. Sesuai dengan skala usaha yang berskala kecil hingga menengah, maka investasi yang ditanamkan dalam usaha alas kaki ini juga kecil.

UMKM alas kaki yang berada di Kota Bogor termasuk ke dalam klaster tidak aktif. Hal ini dicirikan dengan tidak adanya interaksi antar anggota yang intensif. Selain itu, keterkaitan antara industri terkait maupun industri pendukung masih rendah. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap klaster industri adalah modal *social* (X5) dan kondisi permintaan (X2). *Social capital* merupakan aturan informal yang dapat memajukan kerja sama di antara dua atau lebih individu. Temuan baru dari hasil penelitian ini adalah bahwa *social capital* menjadi penentu pembentukan klaster yang berdaya saing.

Saran

1. Jenis kemitraan UMKM di Kota Bogor hanyalah sebatas kerjasama perdagangan umum. Dengan pertimbangan kemitraan memberikan manfaat yang lebih bagi pelaku UMKM maka kedalaman jenis kemitraan diperluas dalam kaitannya dengan rantai bisnis yang saling menguntungkan.
2. Dalam pengembangan klaster UMKM perlu diperhatikan faktor modal sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Asian Development Bank SME Development Technical Assistance. 2001. *Praktek Terbaik Mengembangkan Klaster Industri dan Jaringan Bisnis*. Policy Discussion Paper. ADB SME Development Technical Assistance, Jakarta.
- Bergman and E.J.Feser. 2000. *Industrial and Regional Clusters*. The Web Book of Regional Science. Regional Research Institute. West Virginia University. <http://www.rri.wvu.edu.html> [16 Februari 2005]
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI. 2001. *Kebijakan Pembangunan Industri dan Perdagangan*, Jakarta.
- Feser, E.J. 2001. *Introduction to Regional Industry Cluster Analysis*. <http://www.crp.unc>. [16 April 2005]
- Humphrey, J. and H. Schmitz. 1995. *Principles for Promoting Clusters and Network of SMEs*. Small Enterprise Medium Programme, UNIDO. <http://www.unido.org>. [02 Maret 2005]
- Kotler, P., S.Jatusripitak, S. Maesincee. 1997. *The Marketing of Nation*. The Free Press,
- Mulyati, H., Hermanto S., Fifi D.T., dan Widyastutik. 2008. *Pengembangan Model Kemitraan Syariah UK Lidah Buaya di Kabupaten Bogor*. Hibah Bersaing. LPPM IPB, Bogor.
- Porter, M. E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York.
- _____. 2000. *Location, Competition, and Economic Development Local Clusters in a Global Economy*. *Economic Development Quarterly*, Vol.14 No.1 February 2000.
- Rencana Induk Pengembangan IKM 2002-2004. Buku I. 2002. *Kebijakan dan Strategi Umum Pengembangan Industri Kecil Menengah*. Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI, Jakarta.

Singarimbun, M. dan S. Effendi. 1989. Metode Penelitian Survei. LP3ES, Jakarta.

Sugiarto, D. S., Lasmono T. S, dan Denny S. O. 2001. Teknik Sampling. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.