



## Pengembangan Industri Kecil Menengah IKM Bisnis Inovatif Kota Surakarta

**Emiliana Sri Pudjiarti\*, Endang Swastuti**

Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

\*Corresponding Author. Email: [emilpujiarti@gmail.com](mailto:emilpujiarti@gmail.com)

**Abstract:** This service aims to be strategic for increasing regional competitiveness and developing the economy of the City of Surakarta. The method that will be used in this service is the Analytical Hierarchy Process (AHP) method. Partners in this competition are business SMEs in Surakarta City. Based on the determination of Leading Priority SMIs using the AHP approach, the leading order for Innovative Business SMIs in Surakarta City is as follows; (1) Fashion, (2) Culinary, (3) Fine Arts, (4) Crafts, (5) Design, (6) Performing Arts. The results of this service are in the form of a priority order of efforts to build, develop, and manage Innovative Business SMIs in Surakarta City, where the Leading Priority Innovative Business SMIs will be the "locomotive" to grow and develop Innovative Business SMIs in Surakarta City as a whole.

**Abstrak:** Pengabdian ini bertujuan sebagai strategi untuk peningkatan daya saing daerah dan pengembangan perekonomian Kota Surakarta. Metode yang akan digunakan dalam pengabdian ini adalah Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Mitra dalam pengabdian ini adalah IKM bisnis di Kota Surakarta. Berdasarkan penentuan IKM Prioritas Unggulan dengan menggunakan pendekatan AHP diperoleh urutan unggulan untuk IKM Bisnis Inovatif di Kota Surakarta sebagai berikut; (1) Fesyen, (2) Kuliner, (3) Seni Rupa, (4) Kriya, (5) Desain, (6) Seni Pertunjukan. Hasil pengabdian ini berupa urutan prioritas upaya membangun, mengembangkan, dan mengelola IKM Bisnis Inovatif di Kota Surakarta, dimana IKM Bisnis Inovatif Prioritas Unggulan akan menjadi "lokomotif" untuk menumbuhkan dan mengembangkan IKM Bisnis Inovatif di Kota Surakarta secara keseluruhan.

### Article History:

Received: 24-06-2022  
Reviewed: 11-07-2022  
Accepted: 26-07-2022  
Published: 19-08-2022

### Key Words:

Creative Economy;  
Priority; Leading  
Innovative Business; SMI.

### Sejarah Artikel:

Diterima: 24-06-2022  
Direview: 11-07-2022  
Disetujui: 26-07-2022  
Diterbitkan: 19-08-2022

### Kata Kunci:

Ekonomi Kreatif; Prioritas,  
IKM; Bisnis Inovatif  
Unggulan.

**How to Cite:** Pudjiarti, E., & Swastuti, E. (2022). Pengembangan Industri Kecil Menengah IKM Bisnis Inovatif Kota Surakarta. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(2), 208-220. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i2.5658>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i2.5658>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



## Pendahuluan

Pemerintah telah menerbitkan Instruksi Presiden (*Inpres*) Nomor 11 Tahun 2011 tentang Indonesia sudah masuk ke dalam liberalisasi pasar ASEAN. Dengan liberalisasi barang, jasa, investasi, tenaga terampil dan pasar modal dalam kawasan ASEAN ini telah memunculkan kekhawatiran dan sekaligus harapan baru. Indonesia dengan jumlah penduduk sebanyak 242,3 juta orang dan sekitar 150 juta kelas menengah baru merupakan pasar potensial dan mencakup 40 persen total penduduk kawasan MEA akan menjadi target pasar barang dan jasa dari Negara lain. Bagi Indonesia, tantangan tidak hanya bersifat internal di dalam negeri namun lebih pada persaingan dengan sesama negara ASEAN dan negara lain di luar ASEAN seperti China, Korea Selatan dan India. Persaingan yang ketat ini akan berdampak pada munculnya berbagai produk barang dan jasa dengan harga yang kompetitif, bukan hanya komoditi/produk/ jasa unggulan industri besar, tetapi juga pada Industri Kecil Menengah (IKM). Sejauh ini, langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Indonesia berdasarkan rencana strategis pemerintah untuk menghadapi MEA / AEC, antara lain: Penguatan Daya Saing Ekonomi, Program ACI (Aku Cinta Indonesia), Penguatan Sektor



UMKM, Perbaikan Infrastruktur, Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), Reformasi Kelembagaan dan Pemerintahan (WEF, 2020).

IKM Indonesia menghadapi tantangan berat yaitu bersaing di pasar bebas MEA. Industri yang paling siap dalam menghadapi persaingan MEA ada 9 (sembilan) sektor yaitu: (1) Industri berbasis agro (CPO, kakao, dan karet), (2) ikan dan produk olahannya, (3) tekstil dan produk tekstil, (4) alas kaki (*sport shoes*) dan produk kulit, (5) furnitur, (6) makanan dan minuman, (7) pupuk dan petrokimia, (8) mesin dan peralatannya, serta (9) logam dasar besi dan baja. Beberapa industri andalan Indonesia, antara lain: industri tekstil dan produk tekstil, industri furniture dan industri berbasis agro. Pada dasarnya dengan diberlakukannya MEA seluruh sektor industri akan terpengaruh, namun yang paling terancam yaitu industri industri komponen elektronik, industri IT dan peralatan elektronik rumah tangga, industri bahan baku (*basic manufacture*) dan industri lainnya. Negara yang kemungkinan besar akan menyerang pasar Indonesia antara lain yaitu Malaysia, Thailand dan Singapore dengan jenis industri komponen elektronik, industri IT dan peralatan elektronik rumah tangga, industri bahan baku (*basic manufacture*) dan industri lainnya.

Daya saing yang tinggi, kualitas produk yang kompetitif dan harga yang murah menjadi ancaman terutama bagi IKM Indonesia. Selain itu pertumbuhan IKM yang cepat juga mempengaruhi daya saing dalam menghasilkan kualitas produk yang kompetitif. Menurut Euis Saedah total IKM di Indonesia saat ini ada 3,9 juta unit dengan daya serap tenaga kerja sebesar 9,14 juta orang, akan tetapi 75% pertumbuhan IKM terkonsentrasi di Pulau Jawa, dan 25% ada di luar Jawa. Di Indonesia bagian timur, pertumbuhan IKM masih di bawah 5%. Dengan iklim yang kompetitif tidak ada jalan lain IKM harus berhaluan inovatif, yaitu mampu merespons perkembangan teknologi yang semakin dinamis dengan dalam proses produksi dan pemasaran. IKM perlu mempertahankan positioning-nya di dalam skala global, dengan menempatkan inovasi sebagai kunci keberhasilan untuk meningkatkan daya saing bisnis ("Menuju UKM", 2001). Ada tiga alasan mengapa keberadaan IKM sangat diperlukan (Berry *et al*, 2001), pertama, kinerja IKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, IKM sering meningkatkan produktivitasnya melalui investasi dan aktif mengikuti perubahan teknologi. Ketiga, IKM diyakini memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dibandingkan usaha besar.

Daya saing merupakan suatu upaya yang harus dilakukan oleh pelaku usaha/ekonomi agar tetap eksis dalam menjalankan kegiatannya. Daya saing menjadi persoalan besar bagi pelaku ekonomi, khususnya para pelaku IKM. 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 (Euis, 2013).

Sementara itu, strategi pengembangan ekonomi Provinsi Jawa Tengah, ditunjang oleh tiga pilar ekonomi utama yaitu: (1) industri pengolahan, (2) pertanian dan perikanan dan (3) sektor pariwisata yang memiliki multiplier effect luas bagi pengembangan IKM berbasis produk unggulan daerah. Kemampuan IKM untuk bertahan hidup dan berbagai usaha untuk melakukan kegiatan inovasi yang berbasis Iptek yang menjadi salah satu fokus dalam mengusahakan keberhasilan tiga pilar penyangga tersebut. Jawa Tengah secara nasional seringkali disebut sebagai Jantungnya Usaha Kecil dan Menengah Nasional (Tulus, 2014). Prosentase UMKM di Jawa Tengah sebesar 94% dari jumlah pelaku usaha dan menyerap



jumlah tenaga kerja yang besar serta memanfaatkan potensi unggulan daerah, baik kerajinan, garment, tenun, batik, fashion, assesories dan barang seni lainnya. Demikian pula barang-barang seni yang berbasis pada keterampilan lokal, kuliner yang semakin memiliki pasar yang luas, terutama perubahan gaya hidup (*life style*) kelompok masyarakat menengah di kota-kota besar di Kawasan Asia, Eropa dan Amerika Utara, gaya hidup kembali ke alam dan konsumen hijau (*green consumerims*) menjadi peluang pasar dari kerajinan, industri IKM dan keterampilan tradisional. Peluang dan pengembangan pasar ke luar negeri masih melalui sentra-sentra pariwisata di Pulau Bali, Kota Jakarta, Bandung dan Kota Yogyakarta (Rupublik Indonesia, 2008).

Dalam rangka pengembangan strategis nasional, Kota Surakarta salah satu pusat pengembangan nasional (PKN) Subosukawanasraten, terutama pengembangan sektor perdagangan dan jasa-jasa, industri termasuk industri kecil menengah, sentra pertanian dan perkebunan. Pusat pertumbuhan ekonomi di Kawasan Subosukawanasraten di Kota Surakarta didukung kawasan pengembangan Kabupaten Karanganyar, Sragen, Boyolali, Klaten dan Kabupaten Sukoharjo yang merupakan lumbung padi di Jawa Tengah serta sentra IKM berbasis kerajinan, industri kecil dan pengolahan hasil-hasil pertanian-perkebunan.

Tiga sektor utama yang mendominasi perekonomian Kota Surakarta adalah (1) sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran (26,81%), (2) sektor Industri Pengolahan (19,19%) dan (3) Jasa-Jasa (13,86%). Sektor perdagangan merupakan sektor yang paling dominan dalam menyusun perekonomian Kota Surakarta. Untuk menggali potensi bisnis inovatif pada IKM Kota Surakarta, maka inovasi merupakan sebuah prasyarat bagi IKM untuk terus berkembang dan bertumbuh. Dengan melakukan inovasi secara terus menerus pada produk, proses, sistem termasuk inovasi bisnisnya, maka IKM dapat bersaing dan terus hidup (*sustainability*). Inovasi merupakan pijakan bagi IKM untuk meningkatkan daya saing yang kompetitif, terlebih lagi bagi IKM yang bergerak di industri kreatif. Dengan kata lain, inovasi merupakan proses dan hasil pengembangan dari pemanfaatan suatu pengetahuan, keterampilan, atau pengalaman dalam menciptakan produk, proses, dan/atau sistem yang baru yang memberikan nilai yang berarti. Dalam pengertian ini terdapat poin penting yaitu keberhasilan mengembangkan gagasan kepada pasar karena memiliki nilai tambah yang berdaya saing dalam pengembangan ekonomi.

Indikator-indikator utama daya saing produk adalah nilai/ harga produk dan kepuasan konsumen, sedangkan indikator-indikator utama daya saing organisasi adalah profit dan sumber daya manusia (SDM). Inovasi yang tinggi, akan meningkatkan kemampuan IKM dalam menciptakan produk yang lebih berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing dalam IKM yang pada akhirnya berdampak pada kinerja IKM itu sendiri. Suatu industri dikatakan berdaya saing (kompetitif) jika memiliki tingkat produktivitas faktor keseluruhan (*total factor productivity/TFP*) sama atau lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing asingnya (*foreign competitors*). Dengan demikian inovasi tetap jadi tuntutan dan sangat penting dengan berbagai inovasi, baik mulai dari produk maupun dari prosesnya dan bisa dilihat seberapa besar kontribusi upaya inovasi itu pada *revenue* dan prosesnya, terutama inovasi itu harus di arahkan pada aspek IKM itu sendiri, namun harus diasiasi juga dengan biaya produksi yang rendah dan proses produkdi yang efisien, sehingga inovasi harus di fokuskan pada efisiensi dan deferesiensi produk, termasuk pula di dalamnya menyangkut kelayakan dan kualitas yang lebih baik.

Perkembangan persaingan pasar saat ini juga sudah semakin ketat dan menunjukkan bahwa tidak ada market leader yang abadi. Sehingga inovasi telah menjadi kunci untuk memenangkan persaingan bisnis. Siapa yang lebih cepat berinovasi maka dialah yang akan



menjadi pemenang atau pemimpin. Menyadari peran industri barang/jasa di Kota Surakarta sebagai kelompok yang memiliki jumlah paling besar dan cukup dominan dalam perekonomian daerah, maka perlu kajian tentang pengembangan bisnis inovatif yang didasarkan potensi, kebutuhan inovasi teknologi serta potensi jaringan dalam memproduksi barang/jasa, yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing di pasar, terutama yang mengarah pada pasar global.

Dalam kajian IKM Bisnis Inovatif Kota Surakarta menitikberatkan pada rencana pengembangan Industri Kreatif (Desain, Fashion, Craft, Showbiz, Barang Seni dan Kuliner) erat kaitannya dengan pengembangan Kota Surakarta sebagai Kota MICE (*Meeting, Incentive Travel, Convention and Exhibition*), baik nasional maupun internasional. Pengembangan IKM Bisnis Inovatif akan mendukung pengembangan jejaring perdagangan, budaya, kepariwisataan terutama yang dikaitkan dengan MICE. Pengembangan IKM inovatif tidak menutup kemungkinan adanya industri-industri lain yang turut tumbuh yang mendukung pengembangan IKM Bisnis Inovatif secara umum serta upaya pengembangan potensi usaha ke tingkat pasar global dengan dukungan sarana dan prasarananya. Hasil pengabdian berupa penyusunan Kajian Pengembangan IKM Bisnis Inovatif Kota Surakarta bertujuan sebagai strategis untuk peningkatan daya saing daerah dan pengembangan perekonomian Kota Surakarta di tahun mendatang.

### **Metode Pengabdian**

Pendekatan dalam pengabdian masyarakat ini adalah analisis deskriptif. Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion/ FGD*). Metode yang akan digunakan dalam pengabdian ini adalah Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) (Jadiman, 2019). *Analytical Hierarchy Process* (AHP) Adalah metode untuk memecahkan suatu situasi yang kompleks tidak terstruktur kedalam beberapa komponen dalam susunan yang hirarki, dengan memberi nilai subjektif tentang pentingnya setiap variabel secara relatif, dan menetapkan variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi guna mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. AHP membantu dalam menentukan prioritas dari beberapa kriteria dengan melakukan analisa perbandingan berpasangan dari masing-masing kriteria; atau dengan kata lain AHP merupakan pendekatan pengambilan keputusan yang dirancang untuk memberikan solusi dari permasalahan yang menyangkut kriteria yang bersifat kompleks.

Dalam perkembangannya, AHP tidak saja digunakan untuk menentukan prioritas pilihan-pilihan dengan banyak kriteria, tetapi penerapannya telah meluas sebagai skema alternatif untuk menyelesaikan bermacam-macam masalah: seperti memilih portofolio, analisis biaya manfaat, peramalan dan lain-lain. Dengan kata lain AHP menawarkan penyelesaian masalah keputusan yang melibatkan sumber kerumitan tadi. Hal ini dimungkinkan karena AHP cukup mengandalkan pada intuisi sebagai input utamanya, namun intuisi tersebut harus datang dari pengambilan keputusan yang cukup dari segi informasi dan pemahaman masalah yang dihadapi dalam rangka mengambil suatu keputusan.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dan TOWS. Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan yang didasarkan pada identifikasi berbagai faktor secara sistematis. Analisis ini didasarkan pada logika untuk memaksimalkan faktor yaitu kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan faktor kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan yang akan dilakukan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis



faktor-faktor strategis dalam kondisi saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Langkah awal dari analisis SWOT adalah terlebih dahulu mengidentifikasi keberadaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki atau yang dihadapi. Unsur-unsur SWOT tersebut diperoleh atau dikumpulkan berdasarkan hasil pengamatan dan observasi lapangan. Unsur-unsur SWOT kemudian dibandingkan yakni faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

## Hasil Pengabdian dan Pembahasan

### 1. Prioritas Sektor Ekonomi Kreatif

Kota Surakarta, seperti halnya kota-kota lain di Indonesia, mempunyai banyak industri kecil-menengah (IKM) dengan berbagai jenis produk, baik barang maupun jasa. Data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Surakarta saat tercatat ada 1,145 buah IKM, dengan jumlah terbanyak ada di Kecamatan Banjarsari (27.95%), Selanjutnya berturut-turut adalah Kecamatan Jebres (26.99%), Kecamatan Pasar Kliwon (16.07%), Kecamatan Serengan (15.55%), dan Kecamatan Laweyan (13.45%). Namun demikian, dari sekian banyak IKM, berbagai industri tersebut cenderung masih generik atau relatif sama antara satu dengan yang lain, baik dari aspek produk, produksi/operasional, maupun pemasaran. Itu sebabnya di Kota Surakarta belum ada IKM yang dapat menjadi *brand* atau *image*, seperti IKM garmen dan kuliner yang sudah menjadi *icon* bagi Kota Bandung atau IKM gerabah dan kuliner di Kabupaten Bantul Jogjakarta (Richter, 2005).

Keberhasilan IKM-IKM di berbagai kabupaten/kota tersebut ternyata didasari oleh kreatifitas para pengusaha kecil tersebut dalam mengembangkan usahanya. Kemauan untuk selalu berinovasi terhadap produk, proses produksi, dan sistem pemasaran membuat usahanya mampu tumbuh, berkembang, dan bersaing dengan usaha sejenis, baik dari dalam maupun luar daerahnya. Kreatifitas untuk konsisten mengeluarkan produk baru secara periodik membuat hasil produksinya cenderung selalu dicari oleh konsumen. Demikian juga dengan kreatifitas dalam memanfaatkan berbagai media sosial (medsos) membuat produk dan usahanya dapat cepat dikenal secara luas. Tidak hanya terbatas di daerah saja, namun juga dalam lingkup nasional. Maka tidak mengherankan jika Pemkot Surakarta juga menginginkan agar IKM di Kota Surakarta tidak sekedar ada sebagai salah satu pelaku ekonomi. Pemkot Surakarta berharap bahwa IKM-IKM tersebut dapat tumbuh dan berkembang sebagai Bisnis Inovatif sejalan dengan tuntutan dan perkembangan jaman, dimana saat ini, untuk bertransaksi, pedagang dan pembeli tidak perlu lagi berhadapan secara fisik, pedagang membutuhkan space khusus untuk memamerkan barangnya, pembeli harus melihat, memegang, dan mencoba barang yang akan dibeli secara langsung, pembayaran dilakukan dengan uang kartal, dan sebagainya. prospek bagi permintaan domestik. Dasar pemikirannya bahwa industri tersebut akan memberikan suatu kontribusi yang berarti bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah melalui konsumsi lokal (Tambunan, 2006).

Menurut Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif ada 16 bidang yang menjadi kebijakan dan program pembangunan, pengembangan, dan pengelolaan ekonomi kreatif yang akan dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf), yaitu:

- 1) Aplikasi dan game developer.
- 2) Arsitektur.
- 3) Desain interior.
- 4) Desain komunikasi visual.
- 5) Desain produk.



- 6) Fashion.
- 7) Film.
- 8) Animasi, dan video; fotografi.
- 9) Kriya.
- 10) Kuliner.
- 11) Musik.
- 12) Penerbitan.
- 13) Periklanan.
- 14) Seni pertunjukan.
- 15) Seni rupa.
- 16) Televisi dan radio.

Selanjutnya Pemkot Surakarta, melalui Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kota Surakarta, mengklasifikasikan 16 bidang ekonomi kreatif tersebut menjadi beberapa kelompok prioritas, seperti yang diuraikan dalam kajian Strategi **Pengembangan** Ekonomi Kreatif Kota Surakarta yang dilaksanakan pada tahun 2014. Upaya ini dilakukan untuk mendorong IKM di Kota Surakarta dapat tumbuh dan berkembang sebagai sebuah bisnis inovatif, agar produk-produknya dapat diterima oleh masyarakat, dapat diakses oleh pasar yang lebih luas, serta mempunyai kemampuan bersaing lebih bagus.

**Tabel 1. Prioritas Sektor Ekonomi Kreatif Kota Surakarta**

No	Prioritas	Sektor Ekonomi	Sub Sektor Ekonomi
1.	<b>Prioritas I</b>	Seni Pertunjukan	Tari konvensional, Wayang kulit, Wayang orang, Desain dan pembuatan busana pertunjukan, Produksi pertunjukan dan tari modern.
		Desain	Desain produk, Desain interior, Desain grafis.
		Kerajinan	Kerajinan kain, Kerajinan kayu, Kerajinan kulit, Kerajinan tas, Kerajinan bambu, rotan, gitar, perhiasan batu berharga, dan kaca.
		Kuliner	Srabi, Tengkleng, Selat Surakarta, Timlo.
		Fesyen	Kreasi desain pakaian, Produksi pakaian mode dan aksesoris, Desain fesyen, Desain alas kaki.
2.	<b>Prioritas II</b>	Pasar seni dan barang antik	Pasar seni dan barang antik.
		Riset dan pengembangan	Riset pasar.
		Video, film, dan fotografi	Fotografi, Film dokumenter, Pembuatan cerita pendek, Edit video.
		Musik	Keroncong, Karawitan/Campursari, Penyewaan dan studio rekaman.
		Periklanan	Promosi, Produksi material iklan, Iklan luar ruang.
3.	<b>Prioritas III</b>	Televisi dan radio	Penyiaran televisi, Penyiaran radio.
		Layanan komputer dan piranti lunak	Pembuatan website, Pembuatan jaringan internet.



No	Prioritas	Sektor Ekonomi	Sub Sektor Ekonomi
		Arsitek	Perencanaan biaya konstruksi, Konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa, Desain konstruksi, Pengawasan konstruksi.
		Permainan interatif	Ketangkasan dan edukasi, Pembuatan animasi.
		Penerbitan dan percetakan	Penerbitan majalah, Penerbitan buku, Penerbitan koran, Penerbitan foto.

Sumber: Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surakarta, Bappeda Kota Surakarta,.

Tabel di atas menyajikan hasil kajian Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surakarta tentang prioritas sektor ekonomi kreatif di Kota Surakarta, dimana seni pertunjukan, desain, kerajinan, kuliner, dan fesyen menjadi prioritas utama untuk dikembangkan. Tentu bukan tanpa alasan jika bidang usaha tersebut menjadi sektor unggulan di Kota Surakarta, karena industri seni pertunjukan, industri desain, industri kerajinan, industri kuliner, dan industri fesyen memang merupakan industri unggulan di Kota Surakarta. Masalah eksternal meliputi iklim usaha dan keterbatasan sarana prasarana yang dimiliki IKM (Lestari, 2005).

Untuk industri seni pertunjukan memang banyak pertunjukan tari konvensional, wayang kulit, dan wayang orang yang digelar di Kota Surakarta. Beberapa diantaranya bahkan telah menjadi *icon* Kota Surakarta sebagai salah satu kota budaya di Indonesia. Demikian juga dengan industri desain, dimana banyak usaha bidang desain produk, desain interior, dan desain grafis yang dijalankan oleh masyarakat Kota Surakarta, dengan berbagai skala dan level usaha. Sementara untuk industri kerajinan, khususnya kerajinan kain, kerajinan kayu, kerajinan kulit, kerajinan tas, kerajinan bambu, rotan, gitar, perhiasan batu berharga, dan kaca, seolah eksistensi telah melekat dengan Kota Surakarta.

Demikian pula dengan industri kuliner, yakni srobi, tengkleng, selat Surakarta, dan timlo, harus diakui telah menjadi brand Kota Surakarta. Masyarakat pasti akan selalu mengasosiasikan srobi, tengkleng, selat Surakarta, dan timlo dengan Kota Surakarta. Terakhir adalah industri fesyen yang juga mulai menggeliat di Kota Surakarta, khususnya kreasi desain pakaian, produksi pakaian mode dan aksesoris, desain fesyen, desain alas kaki, sejalan dengan semakin banyaknya acara berbau fesyen di kota ini, misalnya Surakarta Batik Fashion dan Batik Surakarta Carnival. Terkait dengan prioritas sektor ekonomi kreatif di atas, Pemkot Surakarta juga telah menetapkan 7 sektor IKM sebagai basis pengembangan IKM Bisnis Inovatif di Kota Surakarta, yaitu fesyen, desain/desain komunikasi visual, seni kriya, seni pertunjukan, seni rupa, kuliner, dan jasa pariwisata.

**Tabel 2. IKM Bisnis Inovatif Prioritas Kota Surakarta**

No	IKM Prioritas	Sentra IKM
1.	Fesyen	Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Laweyan, Kecamatan Pasar Kliwon.
2.	Desain/Desain komunikasi visual	Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Serengan, Kecamatan Laweyan.
3.	Kriya	Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Jebres, Kecamatan Laweyan, Kecamatan Pasar Kliwon.
4.	Seni pertunjukan	Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Jebres, Kecamatan Serengan.
5.	Seni rupa	Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Jebres, Kecamatan



No	IKM Prioritas	Sentra IKM
6.	Kuliner	Laweyan, Kecamatan Pasar Kliwon. Kecamatan Jebres, Kecamatan Laweyan, Kecamatan Pasar Kliwon.

Sumber: Data sekunder diolah, 2016.

Tabel di atas menyajikan 6 sektor IKM Bisnis Inovatif yang menjadi prioritas untuk dibangun, dikembangkan, dan dikelola di Kota Surakarta, yaitu fesyen, desain/segina komunikasi visual, seni kriya, seni pertunjukan, seni rupa, kuliner, dan jasa pariwisata. Sentra IKM Bisnis Inovatif unggulan tersebut relatif menyebar di 5 kecamatan di Kota Surakarta, yaitu Kecamatan Jebres, Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Laweyan, Kecamatan Pasar Kliwon, dan Sarengan.

Industri fesyen memang cukup menonjol di Kota Surakarta, khususnya yang berkaitan dengan batik, salah satunya tampak dari diselenggarakannya kegiatan Surakarta Batik Fashion dan Batik Surakarta Carnival yang telah menjadi agenda tahun di Kota Surakarta. Namun demikian, meski batik cukup menonjol, harus diakui bahwa batik Kota Surakarta merupakan batik klasik yang lekat dengan budaya Jawa. Hingga pengusaha batik dari luar Pulau Jawa cenderung memilih industri batik Pekalongan sebagai rekan bisnisnya, karena batik Pekalongan memang lebih kaya warna dan motif. Sentra IKM fesyen di Kota Surakarta berada di Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Laweyan, dan Kecamatan Pasar Kliwon.

Selain industri fesyen, industri desain juga merupakan industri unggulan di Kota Surakarta, khususnya desain komunikasi visual (*diskomvis*). Industri *diskomvis* pada dasarnya merupakan industri mengolah pesan untuk tujuan sosial atau komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada individu atau kelompok lainnya. Industri *diskomvis* erat kaitannya dengan industri periklanan, industri pabrikan, dan sebagainya, yang memang cukup banyak di Kota Surakarta dan sekitarnya, yakni Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Karanganyar, dan Kabupaten Boyolali. Sentra IKM fesyen di Kota Surakarta berada di Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Serengan, dan Kecamatan Laweyan. Industri desain merupakan industri karya seni yang dibuat dengan tangan tanpa mengurangi segi fungsional, sehingga dapat disebutkan bahwa kriya merupakan seni yang komplis lantaran tidak hanya pemenuhan keperluan juga keindahan. Manfaat dari seni kriya tersebut bukan sekedar untuk terapan atau siap gunakan namun dapat juga buat hiasan serta mainan. Industri kriya di Kota Surakarta relatif cukup berkembang. Hal ini bisa dilihat dengan tumbuhnya sentra-sentra industri kriya di Kota Surakarta, misalnya Pasar dan Kampung Wisata Industri Mebel Gilingan. Sentra IKM kriya di Kota Surakarta berada di Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Jebres, Kecamatan Laweyan, dan Kecamatan Pasar Kliwon.

Pengembangan industri seni pertunjukan di Kota Surakarta tentu tidak mengherankan mengingat Kota Surakarta merupakan salah satu gudangnya seniman di Indonesia. Di Kota Surakarta, seni pertunjukan bisa dikategorikan menjadi dua kelompok, yaitu seni pertunjukan tradisional dan modern. Industri seni pertunjukan tradisional berupa tari-tarian tradisional, ketoprak, wayang kulit, maupun wayang wong (orang). Sementara seni pertunjukan modern berupa tari-tarian kontemporer, wayang kontemporer, dan sebagainya. Sentra IKM seni pertunjukan di Kota Surakarta berada di Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Jebres, dan Kecamatan Serengan.

Industri seni rupa di Kota Surakarta juga menjadi IKM Prioritas, karena industri ini relatif cukup berkembang dengan berbagai produk uniknya, seperti seni lukis wayang beber, seni keramik, handy craft, dan sebagainya. Kemampuan pelaku IKM di Kota Surakarta untuk





memunculkan produk baru, baik dari aspek desain, bahan baku, finishing, dan sebagainya, menjadi nilai jual tersendiri bagi produk seni rupa yang dihasilkan industri kecil menengah tersebut. Sentra IKM seni rupa di Kota Surakarta berada di Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Jebres, Kecamatan Laweyan, dan Kecamatan Pasar Kliwon.

Industri kuliner merupakan salah satu industri prioritas di Kota Surakarta. Hal ini tentu bukan tanpa alasan karena disini Surakarta memang ada beberapa makanan yang sudah sangat identik dengan Kota Surakarta, misalnya tengkleng, salad solo, nasi liwet, nasi timlo, sosis solo, dan srobi notosuman. Meski di kota atau daerah lain ada makanan sejenis dengan makanan-makanan tersebut, namun masyarakat Indonesia secara umum memang cenderung mengidentikkan makanan itu dengan Kota Surakarta. Hingga seolah sudah menjadi brand Kota Solo dibidang kuliner. Sentra IKM fesyen di Kota Surakarta berada di Kecamatan Jebres, Kecamatan Laweyan, dan Kecamatan Pasar Kliwon.

Kota Surakarta, selain 6 IKM Prioritas di atas, juga mempunyai IKM yang mempunyai potensi untuk dibangun, dikembangkan, dan dikelola menjadi IKM Bisnis Inovatif, yaitu IKM pendukung jasa pariwisata, misalnya event organizer, industri kriya, industri seni rupa, industri kriya, industri seni pertunjukan, dan sebagainya. Hal ini sejalan dengan maraknya kegiatan MICE (*meeting, incentive, convention, and exhibition*). Hal tersebut bisa dilihat dari agenda tahunan yang diselenggarakan di Kota Surakarta. Selain ini di Kota Surakarta juga mempunyai banyak hotel bintang maupun non bintang, baik jaringan internasional, jaringan nasional, maupun non jaringan. Kota Surakarta juga mempunyai banyak obyek wisata atau daerah tujuan wisata (DTW), baik yang berupa obyek wisata budaya, obyek wisata buatan, maupun obyek wisata alam.

**Tabel 3. Jasa Pendukung MICE**

No	Jenis Jasa Pendukung Pariwisata	Nama Kegiatan/Lembaga
1.	Event tahunan	Solo Great Sale, Imlek Festival, Festival Jenang Solo, Solo Karnaval, Solo Indonesia Culinary Festival, Solo 24 Jam Menari, Java Expo, Festival Parade Hadrah, Solo Keroncong Festival, Solo Investment Trade and Tourism Expo (SITTEX), Festival Ketoprak, Festival Dolanan Bocah, Solo Batik Carnival, Semarak Budaya Indonesia, Putra-Putri Solo, Solo International Performing Art, Festival Payung, Solo City Jazz, Bamboo Biennale, Srawung Seni Sakral Internasional, SITTEBIZ, Solo Batik Fashion, Indonesia International Mask Festival, dan sebagainya.
2.	Hotel	@Hom Hotel, Omah Sinten, Rumah Turi, Agas International, Amanda Hotel, Aries Hotel, Arini, Arjuna Hotel, Asia Hotel, Atina Hotel, Beteng Jaya Hotel, Central Hotel, Dana Hotel, De Solo Boutique Hotel, Diamond Hotel, Djayakarta Hotel, Fortuna Hotel, Graha Indah Baru Hotel, Grand Orchid, Grand Setiakawan, Grand Soba Hotel, Griyadi Sahid Kusuma, Gurita Hotel, Hotel Ayu Putri, Hotel Baron Indah, Hotel Indah Palce.
3.	Event organizer	Adpro Indonesia, Advisindo Cipta Selaras, Berlian Communication, Giras Production, Jogja Power, Jogja Power PT, Mayones Fresh Idea, Metamorf Promosindo, Paradise



No	Jenis Jasa Pendukung Pariwisata	Nama Kegiatan/Lembaga
		Enterprise, Rangga Dua Lima Mandiri, Red Production, Victory EO.
4.	Obyek wisata/Daerah tujuan wisata (DTW)	Taman Balekambang, Kraton Surakarta, Pasar Klewer, Pasar Gede, Taman Sriwedari, Kampoeng Batik Kauman, Pura Mangkunegaran, Monumen Pers, Galabo, Kebun Binatag Taru Jurug, Pasar Triwindu, Pasar Klitikan Notoharjo, Pasar Keris dan Cinderamata Alun-Alun Utara,
5.	Gedung	Gedung Wanita, Gedung Sabha Buana, Hotel Dana, Graha Nikmat Rasa, Wisma Batari, Gedung Masjid Fatimah, Sasana Krida Kusuma, Gedung Wuryaningratan, Gedung Warastratama, Gedung Dewa Dewi, Diamond Solo Convention Centre, Gedung PMS, Gedung Mekar Kusuma, Graha Nikmat Rasa, Gedung Samsat, Gedung Mawar, Gedung Pusponugroho, Griya Kalitan, Sasana Gondoputri, Gedung Akasia Puspa Taruna, Wisma Kawuryan, Gedung Lestari Rahayu, Gedung Kusumasari, Gedung Al Isyrad, Langen Parikrama, Gedung Cempaka, Gedung Barik Pertiwi, Gedung Sriwijaya, Gedung Persaudaraan, Gedung Golden, Gedung Kusuma Kartikasari, Gedung Langensari Kopti, Gedung TBS, dan sebagainya.
6.	Kuliner	Nasi timlo, Angkringan/Hik, Tengkleng, Srabi notosuman, Nasi liwet, Sate buntel, Sate kere, Susu sapi murni.

Sumber: Data primer diolah, 2016.

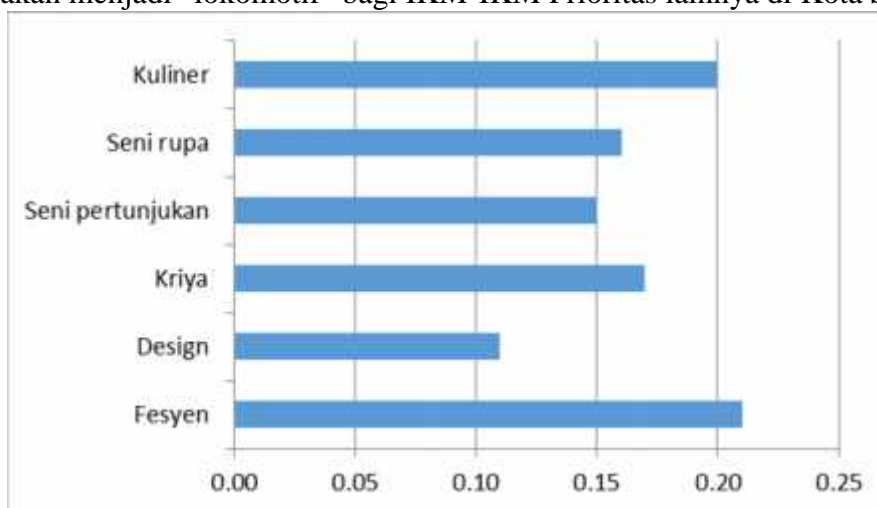
Tabel di atas menyajikan jasa pendukung MICE di Kota Surakarta. Mesti tidak semua pelaku usaha di atas merupakan IKM, namun aktivitas usaha yang dilakukan akan berdampak terhadap IKM, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut dikarenakan setiap jenis usaha pada dasarnya akan membutuhkan usaha lainnya sehingga terbentuk rantai nilai (*value chain*) yang akan membawa satu produk tertentu bisa sampai ke tangan konsumen.

Penyeleggaran MICE, baik dalam bentuk pertemuan, rapat kerja, pameran, dan sebagainya, tentu tidak hanya membutuhkan venue sebagai tempat penyelenggaraan acara. Namun juga konsumsi yang harus disajikan untuk peserta kegiatan MICE tersebut. Selain itu, kegiatan MICE yang diselenggarakan tersebut juga membutuhkan transportasi, hiburan, obyek wisata, oleh-oleh, dan sebagainya, yang sebagian akan disediakan oleh IKM. Alasan, peserta MICE yang hadir tidak hanya sekedar ingin menjadi peserta pertemuan, rapat kerja, maupun pameran. Tapi juga melakukan dan menikmati kegiatan lain yang seringkali tidak ada hubungannya dengan MICE tersebut, misalnya wisata kuliner, wisata belanja, dan sebagainya.

Maka untuk itu Pemkot Surakarta mestinya mempunyai kepedulian dengan semua usaha yang menjadi supporting system bagi kegiatan MICE, yang memang banyak diselenggarakan di berbagai daerah di Indonesia. Apalagi, jika dicermati, usaha pendukung MICE sebenarnya tidak berbeda jauh dengan IKM Prioritas yang sudah ditetapkan oleh Pemkot Surakarta, yaitu fesyen, desain/desain komunikasi visual, kriya, seni pertunjukan, seni rupa, dan kuliner.

## 2. IKM Bisnis Inovatif Unggulan Kota Surakarta

-Unggulan sebagai basis penyusunan strategi pengembangan IKM bisnis inovatif. Pemilihan Untuk mengembangkan IKM bisnis inovatif, maka kajian ini akan menentukan IKM Prioritas dan penentuan IKM Prioritas-Unggulan ini dilakukan dengan asumsi bahwa untuk membangun, mengembangkan, dan mengelola usaha atau organisasi, perlu fokus pada satu bidang atau aktivitas tertentu sampai apa yang menjadi pusat perhatian relatif telah *establish*. Fokus terhadap satu jenis IKM membuat perhatian dan sumberdaya yang dimiliki oleh Pemkot Surakarta tidak terpecah-pecah, karena pada dasarnya membangun, mengembangkan, dan mengelola industri yang menjadi *core business* jauh lebih mudah dibandingkan dengan tanpa pilihan pada bidang tertentu. IKM Prioritas-Unggulan tersebut selanjutnya akan menjadi “lokomotif” bagi IKM-IKM Prioritas lainnya di Kota Surakarta.



**Gambar 1. Hasil Pemilihan IKM Prioritas Unggulan Dengan AHP**

Pemilihan dan penetapan IKM Prioritas-Unggulan dilakukan dengan memperhatikan 3 kriteria membangun, mengembangkan, dan mengelola sebuah usaha, yaitu keunggulan, manfaat, dan penerimaan *stakeholder*. Kriteria keunggulan terdiri dari 4 aspek, yaitu dukungan infrastruktur (termasuk infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi) dan sumberdaya alam (SDM), dukungan sumberdaya keuangan, dukungan sumberdaya manusia (SDM), dan dukungan kelembagaan. Kriteria manfaat terdiri dari 3 aspek, yaitu kontribusi terhadap pendapatan daerah, kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat, dan prestise/daya saing daerah. Sementara kriteria penerimaan *stakeholder* terdiri dari 3 aspek, yaitu kesiapan dan kesediaan masyarakat, kesiapan dan kesediaan pemerintah, dan kesiapan dan kesediaan swasta.

Analisis untuk menetapkan IKM Prioritas-Unggulan dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Hierarchy Analytical Process* (AHP). Langkah pertama AHP adalah untuk memberikan bobot pada hirarki pertama dalam proses pengambilan keputusan, dimana yang dinilai atau dipertimbangkan adalah kriteria keunggulan, kriteria manfaat, dan kriteria penerimaan *stakeholder*. Bobot yang dihasilkan dengan metode AHP diatas digunakan untuk memberikan bobot terhadap skor yang diberikan terhadap IKM Prioritas, dalam hal ini: Fesyen, Desain/Desain Komunikasi Visual, Kriya, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Kuliner. Hasilnya dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

**Tabel 4. IKM Bisnis Inovatif Unggulan Kota Surakarta**

No	IKM Prioritas	Raperda RPJMD	AHP
----	---------------	---------------	-----



No	IKM Prioritas	Raperda RPJMD	AHP
1.	Fesyen	Fesyen	1. Fesyen
2.	Desain/Desain komunikasi visual		6. Desain
3.	Kriya	Kriya	3. Kriya
4.	Seni pertunjukan		5. Seni pertunjukan
5.	Seni rupa		4. Seni rupa
6.	Kuliner	Kuliner	2. Kuliner

Sumber: Data sekunder diolah, 2016.

Tabel di atas menyajikan hasil analisis IKM Bisnis Inovatif Prioritas Unggulan berdasarkan 3 kategori atau pendekatan, yaitu kategorisasi yang dilakukan oleh Bappeda Kota Surakarta, Raperda RPJMD, dan pengolahan AHP. Dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa IKM Bisnis Prioritas Unggulan di Kota Surakarta adalah: *Fesyen, Kuliner, dan Kriya*.

### Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengabdian dalam bentuk kajian pengembangan IKM Industri Di Kota Surakarta adalah Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surakarta tentang prioritas sektor ekonomi kreatif di Kota Surakarta, dimana seni pertunjukan, desain, kerajinan, kuliner, dan fesyen menjadi prioritas utama untuk dikembangkan. Tentu bukan tanpa alasan jika bidang usaha tersebut menjadi sektor unggulan di Kota Surakarta, karena industri seni pertunjukan, industri desain, industri kerajinan, industri kuliner, dan industri fesyen memang merupakan industri unggulan di Kota Surakarta. Potensi pertumbuhan dan perkembangan IKM jasa pendukung pariwisata di Kota Surakarta juga didukung oleh banyaknya obyek wisata yang ada di daerah sekitar Kota Surakarta, khususnya Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Karanganyar, dan Kabupaten Boyolali.

Perkembangan dunia usaha di wilayah sekitar Kota Surakarta tersebut juga sangat potensial ikut mendukung pertumbuhan dan perkembangan IKM jasa pendukung pariwisata Kota Surakarta. Berdasarkan penentuan IKM Prioritas Unggulan dengan menggunakan pendekatan AHP diperoleh urutan unggulan untuk IKM Bisnis Inovatif di Kota Surakarta sebagai berikut; (1) Fesyen, (2) Kuliner, (3) Seni Rupa, (4) Kriya, (5) Desain, (6) Seni Pertunjukan. Urutan ini merupakan urutan prioritas upaya membangun, mengembangkan, dan mengelola IKM Bisnis Inovatif di Kota Surakarta, dimana IKM Bisnis Inovatif Prioritas Unggulan akan menjadi “lokomotif” untuk menumbuhkan dan mengembangkan IKM Bisnis Inovatif di Kota Surakarta secara keseluruhan.

### Saran

Diharapkan pengembangan IKM inovatif tidak menutup kemungkinan adanya industri-industri lain yang turut tumbuh dapat mendukung pengembangan IKM Bisnis Inovatif secara umum Di Kota Surakarta serta upaya pengembangan potensi usaha ke tingkat pasar global dengan dukungan sarana dan prasarannya.

### Daftar Pustaka

Berry, A., Rodriquez, E. & Sandeem, H. (2001). Small and medium enterprises dynamics in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies* 37 (3): 363-384.



- Euis Saedah Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah – Kementerian Perindustrian RI (2013).
- Jadiaman Parhusip. (2019). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada Desain Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Calon Penerima Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) Di Kota Palangka Raya. *Jurnal Teknologi Informasi* 13(2), 18-29.
- Lestari, EP. (2005). *Distribusi Spasial UKM Sebelum dan sesudah Krisis Ekonomi*. Makalah Seminar. Sidang Pleno ISEI ke XI. Jakarta
- Menunjuk UKM, Menuai Pemulihan Ekonomi. (2001, 14 Desember). Kompas, hal 12.
- Richter, P. (2005). The application of the value chain methodology In development projects: Reporting on the Sri Lankan experiences. *Gtz- Integration*, Sri Lanka.
- Rupublik Indonesia. (2008). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Sekretariat Negara: Jakarta.
- Tambunan, T. (2006). *Upaya-upaya meningkatkan daya saing daerah*. Makalah Seminar. Pasca sarjana Universitas Sriwijaya
- Tulusan, FMG & Londa, VY. (2014). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan di Desa Lolah II Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*. 1 (1): 92-105.
- WEF. (2020). *Peringkat Daya Saing Indonesia Kini Berada Di Posisi 38 Dunia. Ranking Indonesia Melesat 12 Peringkat Dari Setahun Sebelumnya Di Posisi 50 Dunia*.
- Wiyadi. (2009). Pengukuran Indeks Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) di Jawa Tengah. Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta