

PEMBERDAYAAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM)/USAHA RUMAH TANGGA (URT) KERAJINAN KULIT DI KABUPATEN BANTUL YOGYAKARTA

Vertasius Sanjaya Nugraha (esanug@yahoo.co.id)

DTPK Akademi Teknologi Kulit

ABSTRACT. *Growth of Informal Sector UKM / URT leather so far has been getting the attention of the government , but not enough attention is because it has not touched the substance of empowering UKM / URT as part of the global economic system . This is because coordination , focus and formulation of each department tends to rule out a profitable strategy UKM / URT but more nuanced political or business-oriented on the other side . Growth of SME / URT themselves usually stop at the base phase where after working through internships (replication) for a bold new step on their own (work Independently) goes directly compete and survive . This method is very common UKM / URT for this so that UKM / URT less have a comparative advantage , because it is still a single fighter for all matters both for the production , management , marketing , etc. in fact everything is done the traditional (manual , non- corporated) . Under these conditions, the role of government and business associations are expected to be suporting system is vital for UKM / URT , thus in the era of regional autonomy of local governments should empower UKM / URT as the main pillars of the regional economy . The role of business associations are not limited to the expected orientation solely capital adequacy but also to think of innovation , improvement of production systems , design , quality control , management , marketing systems , as well as having a dual role that regulate the production and marketing systems , including the progressively explore marketing . Until this approach is necessary as a form of cultural and structural dynamics of society from an agrarian society to a modern society that direction must inevitably be faced by society as a whole is not denied even occur in all sectors of development.*

Keywords : UKM , activity , competitiveness , part of the global economic system , the role of government and associations .

I. PENDAHULUAN

Ketangguhan sektor informal UKM/URT sebagai motor penggerak ekonomi telah dibuktikan pada saat Negara Indonesia dilanda krisis ekonomi tahun 1997, namun ketangguhan dalam bersaing di pasar global masih perlu dipertanyakan. Alasan kuat keraguan ini didasarkan pada lemahnya strategi yang dimiliki UKM/URT ternyata tidak banyak melakukan ekspansi pasar tetapi hanya sekedar bertahan hidup saja. Memang dari sisi jumlah pelaku UKM/URT cukup tersebar luas, namun perlu disadari bahwa banyak UKM/URT ini berangkat dari “nol” dalam segala aspeknya, baik sumber daya manusia, permodalan dan akses pasarnya. Fenomena UKM/URT yang merupakan sektor informal yang paling populer yang mudah dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia ketimbang mereka harus bekerja di sektor formal yang menuntut persyaratan yang ketat, sehingga sektor informal UKM/URT menjadi idola karena memberi banyak kemudahan untuk dapat dikerjakan sendiri. Salah satu sektor informal tersebut adalah UKM Kerajinan kulit dan diversitasnya yang ada di Kota Yogyakarta dan di Kabupaten Bantul pada khususnya.

Perkembangan sektor kerajinan ini menempatkan UKM/URT di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai peluang bisnis yang menarik karena mencitrakan entitas budaya, pariwisata dan pendidikan apalagi ditunjang dengan aset sejarah, aset budaya yang sangat khas sebagai daya tarik pariwisata yang pada akhirnya akan membawa dampak bagi perekonomian masyarakatnya. Salah satu UKM/URT Kerajinan kulit dan diversitasnya yang berkontribusi terhadap entitas budaya ini cukup mampu mengangkat aksesoris budaya dimana saat ini eksplorasinya berhenti dan menyisakan benda budaya yang terkadang dicari keunikannya. Sementara masyarakat lokal cenderung tidak begitu tertarik lagi mengapresiasi prosesi budaya wayang kulit walaupun tradisi budaya tersebut sarat nilai adiluhung yang sebenarnya mampu membendung kebudayaan asing bila dilihat sebagai kohesi sosial. Dengan demikian maka apresiasi budaya menjadi terhenti karena ruang dialektika yang ada sepi oleh tradisi kebudayaan yang lambat laun telah tergantikan oleh budaya baru yaitu budaya kapitalism. Semakin berkurangnya intensitas pertunjukan seni dan budaya tradisional telah menyurutkan perhatian masyarakat terhadap pesan atas nilai-nilai budaya yang disampaikan melalui makna simbolik dari tokoh perwayangan terutama wayang kulit. Pengaruh kapitalism sebagai bagian dari tradisi baru begitu mudah diadopsi oleh masyarakat sampai di pelosok negeri sehingga besar pengaruhnya terhadap eksistensi budaya lokal yang harus rela tergeser, terdistorsi kemajuan informasi dari belahan dunia yang lain sehingga eksistensinya menjadi sangat tergantung pada pengagum kebudayaan yang biasanya justru berasal dari kawasan lain. Mereka datang ke Yogyakarta untuk mengapresiasi budaya melalui benda kerajinan seperti halnya wayang kulit tetapi masyarakat lokal sendiri belum

tentu mau mengapresiasinya. Disini dibutuhkan solusi untuk mencitrakan kembali budaya lokal sebagai identitas budaya yang dapat dibanggakan sebagai produksi pasar seni budaya yang harus bersanding dengan budaya modern untuk dapat saling bersinergi.

Keunggulan daya saing UKM/URT Yogyakarta seolah terpatahkan bilamana melihat aspek sumber daya manusia, aspek pengelolaan, perangkat produksi dan penguasaan akses pasarnya karena pengaruh budaya lokal disalah asumsikan telah melemahkan kreatifitas bila diukur dari rendahnya inovasi dan mentalitas pelaku bisnis yang masif. Hal ini akan tampak jelas bila kits masuk dalam sistem pengelolaan usaha di sektor kerajinan wayang kulit yang banyak ditekuni oleh masyarakat Bantul yang merupakan klaster skala Usaha kecil menengah (UKM) atau usaha rumah tangga (URT) banyak yang tidak berbadan hukum dan perangkat kerjanya seadanya. Padahal kerajinan semacam ini merupakan salah satu komoditi yang dapat dijadikan andalan pemasaran domestik maupun pemasaran di Luar negeri. Namun secara umum sistem pengelolaan jenis kerajinan ini masih dilakukan secara single fighter, manual, tradisional yang tentu saja memiliki banyak sekali kelemahan, dari sisi design, kualitas pengerjaan, pengepakan dan cara pemasarannya relatif masih dilakukan secara monoton, artinya belum bersentuhan dengan teknologi sehingga kapasitas produksi dan akses pasarnya relatif terbatas.

Kegiatan pemberdayaan UKM/URT kerajinan kulit sebaiknya dilakukan melalui reorientasi peran pemerintah untuk melepas unsur kepentingan politisnya tetapi perlu mengutamakan proses kesiapan sebagai bagian dari sistem perekonomian global. Begitu juga penguatan komunitas ini perlu dilakukan dengan memberdayakan asosiasi UKM/URT sebagai wadah perekonomian milik bersama. Pemerintah sebaiknya lebih memprioritaskan strategi pengembangan UKM/URT melalui sistem perekonomian global dan bagaimana merumuskan strategi yang dibutuhkan dalam pemberdayaan UKM dan URT disektor kerajinan di Yogyakarta sebagai salah satu daerah tujuan wisata.

Hal mendasar mengenai pertumbuhan dan perkembangan UKM/URT di wilayah DIY yang dari waktu ke waktu sebenarnya tingkat pertumbuhan berjalan lambat, walau pemerintah melakukan banyak hal untuk memfasilitasi namun tidak banyak perubahan yang berarti. Permasalahan mendasar yang masih dihadapi oleh pelaku industri kecil adalah daya saing di pasar global tuntutan dan persyaratannya ketat sehingga hanya dapat dipenuhi bila mengandalkan sistem kerja yang baik terutama bagaimana menghadirkan diversitas yang kaya inovasi dengan kualitas yang lebih baik. Begitu juga dengan iklim persaingan ditingkat lokal terkadang diantara pelaku usaha itu sendiri saling mematikan, hal ini berakibat pada tidak ketidakmampuan UKM/URT untuk berkembang secara bertahap. Sementara untuk meningkat kejenjang tahapan berskala

industri besar terasa masih jauh dari harapan karena sumber daya manusia pelaku bisnis ini butuh penyesuaian kultur budaya yang baru guna mengedepankan spesialisasi kerja secara komplementer dan terorganisir sebagaimana layaknya skala industri yang kompetitif. Disini tentu disadari bahwa memang ada kendala mentalitas budaya masyarakat yang berlatar belakang agraris tentu harus dilakukan pelan-pelan menyesuaikan kearah pola budaya baru yang serba modern.

Begitu kompleksnya permasalahan pengembangan UKM/URT Kerajinan Kulit di Wilayah Bantul ini, sehingga diharapkan suatu kegiatan perbaikan kedalam atau internal ship untuk mampu menjawab tantangan tersebut melalui reorientasi peran pemerintah terutama melalui regulasi kebijakan serta koordinasi yang lebih baik serta menempatkan peran assosiasi usaha sebagai suporting sistem sekaligus wadah perekonomian masyarakat. Diharapkan strategi ini mampu memberdayakan pelaku usaha UKM/URT kerajinan sebagai bagian dari sistem perekonomian global.

II. METODE PENDEKATAN

Berdasarkan konteks permasalahan tersebut, maka strategi pengembangan UKM/URT, perlu dilakukan secara holistik mulai dari regulasi kebijakan untuk penyempurnaan mekanisme cara kerja sebelumnya guna membangun kesiapan masyarakat yang merupakan faktor penentu kemandirian UKM/URT. Sudah barang tentu pendekatan secara terintegrasi semacam ini dapat dilakukan melalui tahap perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang dilaksanakan secara berkesinambungan. Kelemahan UKM/URT selama ini seperti ditegaskan oleh Anas Hidayat (1994) dimana ada beberapa definisi mengenai usaha kecil namun agaknya usaha kecil mempunyai karakteristik yang hampir seragam :

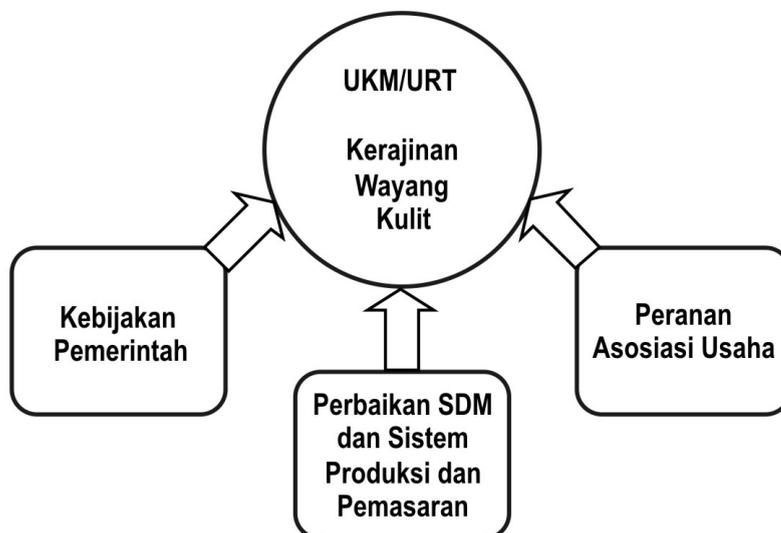
1. Tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan industri kecil dikelola perseorangan yang merangkap sebagai pemilik, pengelola perusahaan dan memasarkan dengan memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.
2. Rendahnya akses industri kecil terhadap lembaga-lembaga kredit formal sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber-sumber lain seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, bahkan rentenir.
3. Sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum memiliki status badan hukum.
4. Menurut golongan industri tampak bahwa hampir sepertiga bagian dari seluruh industri kecil bergerak pada kelompok usaha industri dan jasa.

Mempertegas pendapat tersebut maka jumlah UKM/URT dalam masyarakat bila tidak mendapatkan iklim usaha, perbaikan cara kerja, dan perluasan akses maka belum tentu berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan keinginan besar masyarakat telah ditunjukkan dengan partisipasi yang besar, namun strategi pemberdayaan, perlindungan dan penguatan UKM/URT belumlah memadai. Kebiasaan pelaku UKM/URT bekerja atas dasar pesanan perlu dirubah dengan ekspansi secara progresif melalui diversity produk kerajinan yang bernilai artistik maupun multifungsi untuk membuka akses pemasaran domestik dan internasional, karena terindikasi banyak UKM/URT di Yogyakarta yang tidak mampu melakukan ekspor langsung tetapi harus melalui perantara/broker yang bertindak sebagai agen ekspor. Praktek bisnis hendaknya dilakukan secara komprehensif dan terintegrasi dari hulu sampai hilir secara tersistematisasi. Dalam fase ini memerlukan suatu perjuangan yang besar dalam penyesuaian budaya baru sehingga tercipta suasana kerja yang memadukan kultur budaya lokal dan kultur budaya baru yang perlu dilakukan secara gradual dari pola pengelolaan usaha perseorangan ke arah aliansi usaha gabungan atau corporate sebagai wadah perekonomian yang tangguh. Dalam melakukan identifikasi serta mengkaji kemampuan SDM UKM/URT kerajinan wayang kulit dan peran asosiasi terhadap daya saing pemasarannya di Kabupaten Bantul Yogyakarta hal ini memakai pendekatan personal dan organisasional terhadap pelaku usaha kerajinan wayang kulit. Perbedaan lokasi dan sebaran pelaku usaha jenis ini terkonsentrasi di beberapa titik di wilayah bantul terbagi dalam dua wilayah yaitu di Wilayah Kecamatan Imogiri dan Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul.

Bagan hubungan seluruh aspek yang dihadapi UKM/URT kerajinan dalam hal ini sangat terkait dengan peran pemerintah dalam hal regulasi kebijakan yang belum memberi iklim usaha yang baik, peran asosiasi usaha yang masif, serta perbaikan kualitas sumber daya manusia pelaku usaha atau UKM/URT. Tampak nyata bahwa ketiga peran tersebut belum kelihatan menonjol sehingga permasalahan yang mengemuka lebih berkaitan dengan lemahnya peran UKM/URT yang meliputi proses produksi, desain, instrumen produksi, kontrol kualitas, sistem pemasaran dan transaksi semuanya dapat diketahui secara pasti. Penulis berusaha menjelaskan realitas peranan yang sudah dilakukan berbagai pihak terhadap UKM/URT tersebut melalui bagan sebagai berikut :

Bagan 1.

Interelasi UKM/URT, Pemerintah dan Asosiasi Usaha



Sedangkan pemetaan permasalahan yang dihadapi UKM/URT yang berada di tiga lokasi yang berbeda ini, pada prinsipnya tidak menjadi masalah karena keduanya memiliki permasalahan yang tidak jauh berbeda. Antara desa kerajinan Wukirsari, Kecamatan Imogiri memiliki kemiripan dengan desa kerajinan Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan masih merupakan satu wilayah di Kabupaten Bantul dan desa kerajinan Manding, Sabdodadi. Ketiga wilayah ini dianggap mewakili sentra produksi kerajinan kulit yang diawetkan untuk digarap secara artistik sebagai ikon kebudayaan. permasalahan yang menjadi kendala dalam menjalankan bisnis ini secara umum sebenarnya lebih didominasi oleh faktor mentalitas yang tidak berani mengambil sikap tegas dalam sistem perencanaan bisnis, pola kebiasaan yang menganut pada naluri bisnis yang cepat puas dan cukup apa adanya. Dengan demikian dalam menjalankan bisnis ini seolah tanpa target sehingga sulit untuk melakukan ekspansi dan menetrasi pasar sehingga menyebabkan stagnasi dalam pencapaian usaha.

Dalam prakteknya UKM/URT kerajinan kulit sejauh ini lebih banyak mengandalkan naluri bisnis daripada sistem perencanaan yang matang. Selain faktor budaya di sisi lain ada faktor sumber daya manusianya juga kurang mendukung pola warisan bisnis keluarga atau family company sebagai celah bisnis yang menjanjikan, karena di desa tersebut justru pendidikan anak-anak mereka di luar jurusan yang telah digeluti oleh keluarganya. Begitu juga dengan sisi keterlibatan perguruan tinggi terhadap inovasi dan pengembangan usaha UKM/URT memiliki hubungan yang rendah juga masih perlu dibutuhkan untuk memandu agar UKM/URT ini mampu menempatkan diri secara optimal. Walaupun aspek mental, pendidikan dan peran perguruan tinggi tersebut memiliki hubungan

yang rendah terhadap keberhasilan usaha mereka namun peran ini sangat dibutuhkan. Dalam memetakan kebutuhan dasar yang dibutuhkan oleh UKM/URT guna membangun strategi internalship UKM/URT dalam hal ini maka dapat dipaparkan melalui bagan sebagai berikut :

Bagan 2.
Pemetaan Kebutuhan Dasar UKM/URT



Dengan memperhatikan konteks permasalahan yang dihadapi oleh UKM/URT maka diharapkan sistem pengelolaan UKM/URT yang dapat berjalan secara optimal terutama dapat meningkatkan produktifitas dalam segala aspeknya, baik produktifitas dalam inovasi, produksi yang menyerap tenaga kerja, pengelolaan dan perluasan akses pemasaran ini maka akan menjadi lebih efisien. Memperhatikan potensi sumberdaya dan posisi strategis Indonesia dalam hubungan perdagangan nasional dan internasional, semestinya efisiensi mestinya jauh lebih penting. Di sini dituntut perlunya perbaikan iklim usaha atau internalship dalam pengembangan dunia usaha di Indonesia. Dengan demikian maka akan menambah kemampuan daya saing, proses produksi, desain, kontrol kualitas, transparansi, inovasi dan perluasan akses informasi pemasaran yang menunjang dan mampu mengikuti trend global. Dengan demikian maka dibutuhkan pendekatan lebih dari sekedar fasilitasi menjadi mediasi dalam peningkatan performs UKM/URT yang efisien melalui regulasi kebijakan baik dalam kerangka internalship dalam berbagai hal yang terkait dengan strategi pengembangan UKM/URT.

UKM/URT sebagai kelompok usaha dengan jumlah terbesar dalam struktur dunia usaha yang ada di Indonesia, idealnya dapat berperan dominan dalam berbagai aspek perekonomian. Namun kenyataan menunjukkan bahwa UKM/URT dibangun oleh para pengusaha kecil ini memiliki aset

terbatas, kemampuan bisnis terbatas dan jaringan usaha yang tidak begitu memadai. UMKM lebih sering menjadi kelompok yang termarginalkan terlebih lagi bila kebijakan pembangunan diarahkan pada upaya mengejar angka pertumbuhan, yang mengarah pada kegiatan-kegiatan padat modal. Salah satu persiapan yang perlu mendapat perhatian adalah perbaikan produktifitas UMKM dengan penerapan teknologi khususnya teknologi tepat guna yang tetap dapat mempertahankan kriteria UMKM sebagai kelompok usaha yang bersifat padat karya. Faktor lainnya yang juga perlu dikembangkan dalam rangka menghadapi persaingan pasar yang akan semakin ketat adalah pembentukan jaringan usaha yang harus dibangun melalui usaha penguasaan informasi dan komunikasi usaha. Kemampuan internalship UKM/URT dapat dilakukan bila kelompok ini memiliki kekuatan sumberdaya manusia, akses permodalan dan penguasaan akses informasi. Sedangkan dari aspek eksternal lingkungan ekonomi dan politik sebenarnya tidak akan menjadi alasan karena sektor ini sebenarnya mampu memainkan peran sebagai penggerak utama ekonomi.

Internalship dapat dilakukan dengan pengenalan konsepsi ke arah pengembangan penguasaan informasi dan pengembangan teknologi produksi juga tidak luput dari perhatian pemerintah. Kegiatan untuk membantu mengembangkan informasi dan jaringan usaha pemerintah harus memperkenalkan konsep sentra dan kluster bisnis sedangkan untuk pengembangan teknologi produksi pemerintah telah mensosialisasikan berbagai teknologi tepat guna. Memang apa-apa yang telah diprogramkan oleh pemerintah tersebut hanya bersifat stimulan dan diharapkan UKM/URT dapat mengembangkannya sendiri, sesuai dengan potensi dan kondisi daerah masing-masing. Sebagai kegiatan stimulan, program-program pemerintah idealnya dilakukan dalam perspektif yang luas dan terpadu. Kebijakan pemberdayaan UKM/URT harus dalam cakupan lebih luas daripada sekedar membuat daftar program-program dukungan finansial dan teknis yang berdiri sendiri tanpa adanya kaitan antara satu dengan yang lain. Pemberdayaan kearah efektifitas, regulasi kebijakan pemberdayaan UKM/URT memang diperlukan melalui konsepsi jelas yang dibangun berdasarkan suatu kajian yang komprehensif, terutama menyangkut reorientasi peran pemerintah dalam banyak aspek. Kapasitas pemerintah dalam hal ini adalah perlu menekankan pembangunan iklim usaha yang baik. Demikian juga butuh penekanan pemahaman pra kondisi dasar manajemen yang sehat, peraturan perundangan investasi dalam layanan sosial yang mendasar, infrastuktur, permodalan dan sumber daya manusianya. Maka langkah-langkah khusus untuk mempromosikan usaha di Indonesia hanya akan merupakan hal yang semu saja.

Sedangkan aspek regulasi kebijakan perlu diarahkan untuk perluasan akses UKM/URT dalam hal kemudahan akses permodalan, biaya transaksi dan administrasi, serta keamanan bisnisnya. Disamping itu perlu adanya

peningkatan perhatian pada standarisasi dan sertifikasi sebagai pendorong keterbukaan pasar dan keamanan konsumen, sekaligus stimulasi persaingan dan pengurangan biaya transaksi dan resiko usaha. Regulasi kebijakan semestinya komprehensif untuk dapat dikoordinasikan dengan baik termasuk didalamnya adalah mengatur peran lembaga keuangan dimana Bank Indonesia perlu menerapkan standar supervise terhadap lembaga dan jasa keuangan karena selama ini program insentif pemberdayaan UKM/URT tidak hanya dilakukan oleh satu departemen.

Pengalaman umum di Indonesia maupun di negara-negara lain menunjukkan bahwa dukungan pelayanan langsung kepada usaha mikro oleh pemerintah adalah kurang baik, Indonesia telah memperkenalkan beberapa skema layanan usaha mikro, termasuk kredit subsidi, pendampingan teknis dan kewajiban melakukan kemitraan antara perusahaan besar dan perusahaan kecil. Namun demikian, skema layanan tersebut termasuk kurang berhasil karena internalship untuk merekonstruksi kultur, sistem kerja, peningkatan sumber daya manusia dan akses informasi tidak dilakukan secara optimal.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa sebenarnya UKM/URT kulit di wilayah Kabupaten Bantul masih berada pada cluster rendah baik dari skala jumah produksi, teknologi, sumber daya manusia, permodalan, penguasaan akses informasi pasar. Eksplorasi permasalahan UKM/URT Industri kulit Dusun Manding, Desa Sabdodadi, Kecamatan Bantul ini secara umum warga mengemukakan bahwa pekerjaan di sektor ini banyak mengalami masalah ditingkat internal pengusaha sendiri. Mereka berada dalam posisi tidak mengetahui bagaimana pasang surutnya trend pasar global bahkan untuk trend pasar lokal mereka hanya berpatokan pada hari libur panjang biasanya banyak wisatawan yang datang ke tempat usaha mereka.

Demikian halnya dengan akses pasar mereka selama ini justru datang dari pedagang perantara di Bali yang tidak menutup kemungkinan barang tersebut kemudian dieksport ke luar negeri. Pengusaha di sini cukup berfikir sederhana bagaimana mereka dapat bertahan dan menjaga kelangsungan usaha mereka. Walaupun sektor usaha ini merupakan warisan generasi sebelumnya tetapi mereka sendiri selama ini bertahan dengan mengganti perlengkapan usahanya yang rusak agar produksi usahanya dapat lancar, tetapi mereka tidak berupaya untuk mengganti peralatan produksi mereka dengan teknologi yang baru. Memang secara ekonomis usaha rakyat di wilayah ini cukup besar kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja. Menurut Sarjimin, sejarah perjalanan kerajinan kulit didesa manding dipelopori tiga pemuda pada tahun 1947 yaitu Prapto Sudarmo, Ratno

Suharjo dan Wardi Utomo. Mereka semula bekerja di perusahaan kulit di Kota Yogyakarta yang memproduksi pakaian, pelana kuda. Kemudian mereka berani mendirikan usaha sendiri untuk produksi tas, jaket dan sebagainya. Saat ini, di Manding ada 75 pengrajin kulit mereka melakukan diversifikasi usaha yang memadukan bahan baku lain seperti serat alam pandan, mendong, enceng gondok, age) dan lidi. Aneka Kerajinan Berbahan dasar kulit yang bisa didapatkan dari Manding antara lain tas kulit, kipas, souvenir pernikahan, dompet, kap lampu, sepatu, gantungan kunci dan lain sebagainya.

Memang diakui bahwa usaha di wilayah ini mengalami pasang surut namun disaat permintaan meningkat maka kegiatan ekonomi produktif ini juga menggeliat, mereka berusaha mengembangkan promosi usahanya dalam bentuk penataan ruang penyajian atau showroom yang dimiliki oleh hampir semua pengrajin. Disisi lain perkembangan usaha ini bahkan tidak terbatas di wilayah mereka saja, tetapi juga ditempat lokasi pasar lain yang disediakan oleh pemerintah terutama di Pasar Seni Gabusan maupun pihak swasta di Gerai Mall di wilayah Jogjakarta, Jakarta, Bali dst.

Pertumbuhan UKM/URT sentra kerajinan kulit yang terus bertumbuh semakin dikenal luas sebagai kawasan pertumbuhan ekonomi. Hal ini ditandai oleh geliat ekonomi diluar sektor industri kulit yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat setempat. Begitu besarnya perhatian pemerintah melalui berbagai program insentif bagi UKM/URT maupun pihak swasta yang telah ikut mengembangkan investasinya di wilayah ini, namun fluktuasi usaha tersebut lambat laun mengalami penurunan permintaan juga. Setelah ditelusuri bahwa memang mereka memiliki banyak kelemahan dalam menjalankan sektor usaha ini. Mulai dari ketidaktahuan dalam mengikuti informasi perubahan trend pasar global, cara menjaga kualitas, sistem produksi atau cara kerja, lemahnya inovasi atau desain, lemahnya sistem pengelolaan usaha, lemahnya asosiasi usaha, lemahnya kemitraan, lemahnya proteksi usaha, lemahnya sistem permodalan, lemahnya pengembangan jaringan investasi dan jaringan pemasaran. Sejauh ini peranan asosiasi masih belum dianggap memadai karena peranan asosiasi lebih sebagai wadah pengrajin tetapi peranan asosiasi untuk melindungi, mengontrol dan mengembangkan belum begitu dapat diandalkan atau lebih tepatnya baru sebatas memenuhi ketentuan persyaratan administratif untuk menjawab suatu kebutuhan yang dirasakan anggota. Begitu kompleksnya kelemahan tersebut namun secara umum lebih mengarah pada lemahnya internalship kelemahan sumber daya manusia, penguasaan akses, inovasi dan pola budaya masyarakatnya.

Pertumbuhan UKM/URT di Kawasan Dusun Gendeng, Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul juga mengalami pasang surut. Sentra kerajinan kulit di wilayah ini belum semaju di wilayah Manding, hal ini disebabkan karena belum munculnya diversifikasi usaha karena masih memegang teguh tradisi

“pakem” karya seni yang masih dianggap berbeda dengan kerajinan biasa, disisi lain mereka juga tidak mengetahui dinamika trend pasar sehingga mereka tidak dapat memainkan peranan dalam sistem pasar. Pengrajin yang bergerak dibidang kerajinan wayang kulit ukir ini sampai sekarang hanya dapat bertahan saja. Sementara bila dilihat dari sumber daya manusia yang mumpuni di wilayah ini cukup banyak tenaga-tenaga terampil dan terasah dalam pembuatan wayang kulit yang sebenarnya sangat mungkin mengembangkan diversifikasi usaha. Ada sekitar 50 perajin yang aktif dalam bidang tatah sungging kulit yang terkumpul hampir di sepuluh sanggar sebelumnya pada tahun 1990-an, ada 110 perajin yang aktif membuat wayang dan puluhan anak muda yang belajar menatah. Perlu diketahui, tahapan-tahapan pemuatan sebuah Wayang Kulit meliputi penyiapan kulit yang akan digunakan sebagai bahan baku pembuatan wayang : membuat corekan, yakni semacam sketsa bentuk gambar tokoh wayang yang akan dibuat; menatah wayang; menyungging wayang; dan yang terakhir memasang cempurit. Peralatan standart pembuatan wayang terdiri dari Pandukan yaitu berupa landasan tatah yang terbuat dari kayu sambi, kayu trenggulun, atau kayu sawo yang berdiameter sekitar 35 sampai 40 cm itu dipotong melintang. Peralatan Tindih yaitu berupa logam seberat sekitar 2,5 kilogram yang terbuat dari kuningan. Tindih gunanya untuk menekan atau memberati kulit yang sedang ditatah. sehingga kulit itu tidak menggeser kesana kemari bila sedang dikerjakan. Peralatan Tatah yaitu paling sedikit harus tersedia 10 macam yang pada dasarnya terbagi atas dua golongan besar, yakni tatah lantah atau tatah lugas yang mata tatahnya berupa garis lurus, dan tatah kuku yang mata tatahnya berupa lengkungan. Peralatan Ganden yaitu berupa palu besar terbuat dari kayu asem atau sawo Selain peralatan pokok di atas, ada beberapa peralatan tambahan berupa jangka, paku corekan, pensil jenis 2 H, mistar atau penggaris, penghapus, batu asahan, dll. Sedangkan bahan kulit wayang kulit terbuat dari kulit hewan biasanya Sapi, Lembu, Kambing dan sebagainya.

Sedangkan jenis tatahan dalam seni kriya wayang kulit purwa, setidaknya ada 16 macam jenis tatahan. Masing-masing jenis tatahan itu diperuntukkan bagi pembuatan ornamen tertentu, pada bagian tubuh wayang tertentu pula misalnya untuk membentuk jenis-jenis tatahan pada seni kriya wayang kulit purwa gagrak Surakarta maupun yogyakarta. Motif yang dipakai terdiri dari motif “tratasan” fungsinya untuk membuat pola semacam garis, baik garis lurus maupun yang melengkung lebar dan menyudut. Tatahan tratasan hampir selalu diselang-seling dengan tatahan bubukan, dengan maksud agar kulit di bagian yang ditatah itu tidak mudah patah atau robek. Motif tatah Bubukan berupa lubang-lubang kecil berderet, yang digunakan untuk membuat kesan gambaran garis. Biasanya tatahan bubukan diseling dengan tatahan tratasan. Tatahan berseling antara tratasan dengan bubukan ini juga disebut tatahan lajuran atau tatahan lajur saja. Motif tatah “untu walang”, berupa garis-garis terputus

dimana motif tataan ini lebih lembut daripada hasil tataan tratan. Alat yang digunakan untuk membuat tataan untu walang adalah tatan trenenan. Di daerah Yogyakarta dan sekitarnya, tataan untu walang disebut tataan semut ulur. Motif tatan "Bubuk Iring" berupa lubang-lubang yang membentuk deretan seperti huruf U. Biasanya tataan ini digunakan untuk mengerjakan bagian wayang yang disebut ulur-ulur dan uncal kencana. Tataan ini juga sering disebut bubuk ring atau bubuk firing. Motif tataan "Kawatan" atau biasa disebut tataan gubahan biasanya digunakan untuk 'mengisi' sumping, bagian praba, dan gruda mungkur. Motif tataan "Mas-masan" bentuknya berupa deretan selang-seling antara titik dan koma, yang biasanya digunakan untuk mengerjakan bagian uncal kencana, sumping, gruda mungkur, kalung dan jamang. Motif tataan "Sumbulan" yang biasanya dikombinasikan dengan tataan mas-masan, digunakan untuk mengerjakan bagian kalung, jamang, dlsb. Motif tataan "Intan-intan" biasanya digunakan untuk 'mengisi' bagian sumping, berselang-seling dengan tataan kawatan. Bentuk tataan ini, yang juga disebut tataan intan-intanan, seperti bunga mekar, tetapi cuma separuh. Semua tataan peraga Wayang Kulit Purwa dianggap baik dan berhasil bilamana memenuhi syarat tertentu. Persyaratan itu disingkat dengan akronim Mawi Serekuh, yakni Mapan, Wijang, Semu, Resik, dan Kukuh. Selain syarat itu, ada lagi yang memberi syarat hampir serupa, yakni: Padang, Wijang, Ghukel, Resik, Semu, dan Wulet.

Proses pembuatan wayang ini sangat sederhana mereka selalu menjaga sifat keaslian dan cara tradisional dalam pemrosesan, pembuatan pola, penataan dan sunnging atau pewarnaan. Wayang kulit buatan Gendeng dikenal sebagai wayang kulit dengan kualitas yang bagus dan menjadi koleksi banyak kalangan, museum seni, toko seni, dhalang, dan kolektor dalam maupun luar negeri. Walaupun pemasarannya cukup luas namun sebenarnya UKM/URT diwilayah ini masih memiliki kendala dalam hal pemasaran yang sangat tergantung pada permintaan lokal dalam arti mereka untuk melakukan ekspor harus melalui perantara dan display pemasarannya juga masih sangat terbatas dan sederhana karena disatu sisi merupakan benda seni sehingga tidak bisa dijual bebas seperti halnya barang kebutuhan pokok, namun disisi lain mereka sendiri tidak pernah mengetahui bagaimana strategi pengembangan informasi dalam skala global terhadap usaha mereka tersebut.

Sanggar Sagio di Dusun Gendeng rata-rata hanya memproduksi 30 wayang setiap bulan. Sebagian wayang dibuat berdasarkan pesanan dalam negeri, sebagian lain dijual eceran dengan harga Rp 80.000 sampai Rp 750.000. Produktivitas itu jauh menurun daripada tahun 1980-an yang bisa membuat hingga ratusan wayang. Bahkan, tahun 1995, Sagio pernah pameran keliling negara-negara Eropa dan Asia.

Pengalaman Sahono (48) dalam hal pengerjaan sebenarnya sudah cukup memadai dalam menggores-goreskan jeruji besi lancip di atas kulit kerbau yang kering. Dengan cekatan membuat garis-garis skets wayang sudah begitu dihafalnya bahkan untuk berbagai jenis tokoh wayang karakternya sudah dikuasainya. Barno (44) sibuk menatah kulit dengan motif gunung yang rumit semuanya dapat dikerjakan dengan sempurna dengan proses pengerjaan menatah motif gunung itu diselesaikan dengan waktu yang relatif agak lama dibandingkan tokoh wayang yang lain. Sedangkan perajin lain bekerja mewarnai kulit yang telah tertatah, yang lain mengerjakan menggapit wayang dengan tanduk kerbau yang sudah diraut. Sagio (55) adalah sang pelopor di Dusun Gendeng, Desa Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Bantul. Pada saat ini komunitas pengrajin ini berjumlah 50 perajin wayang kulit yang tersisa di Desa Bangunjiwo.

Situasi serupa juga dialami para perajin wayang kulit di Dusun Pucung, Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Bantul. Kerajinan wayang yang menjadi tradisi turun-temurun di dusun itu semakin surut produksinya. Jumlah pengrajin sebelumnya sekitar 250 pengrajin tetapi kini tinggal sekitar 50 perajin dalam kondisi yang kembang kempis karena sepi pesanan. Kondisi tersebut berubah setelah 2002 wisatawan asing enggan berkunjung lagi ke lokasi UKM/URT mereka padahal wisatawan asing tersebut mampu menyerap 75% dari jumlah produksi mereka, sehingga kini tinggal kisaran 25 persen saja yang banyak dipesan pasar lokal. Kondisi ini diperparah oleh berpalingnya generasi muda di dusun mereka untuk mewarisi usaha yang turun temurun ini. Mereka lebih memilih bekerja disektor manufaktur yang dianggap lebih menjanjikan kesejahteraan. Dengan demikian maka keahlian menatah wayang kulit yang turun-temurun itu akan pupus karena generasi baru yang meninggalkan warisan usaha orang tuanya. Mereka menganggap kerajinan terlalu rumit, butuh ketelatenan, dan proses belajarnya makan waktu bertahun-tahun dan secara ekonomis sudah tidak menjanjikan lagi.

Berangkat dari berbagai keterbatasan UKM/URT terutama lemahnya karakter SDM maka apa yang dapat diharapkan, tentu saja harus dilakukan perubahan melalui kegiatan yang holistik terutama pembenahan mekanisme kerja dan karakter SDM pelaku bisnis ini agar siap menjadi bagian dari sistem perekonomian global tanpa meninggalkan peran stake holdernya yaitu peran pemerintah dan peran asosiasi sebagai pilar ekonomi yang tangguh. Permasalahan pengelolaan pengembangan UKM/URT memang merupakan problem klasik yang seakan tidak ada habisnya, sehingga diharapkan melalui penataan sumber daya manusia dan penempatan UKM/URT sebagai bagian dari sistem perekonomian global maka iklim usaha ini dapat bertahan dan berkembang dengan baik. Di sini membutuhkan keterpaduan berbagai pihak baik pelaku usaha sendiri, assosiasi, pemerintah, perbankan, dst dapat melakukan ekspansi pemasaran ditingkat global. Di sisi lain pelaku usaha atau UKM/URT juga

perlu mengembangkan sistem perencanaan produksi melalui desain dan inovasi, kontrol kualitas, pengelolaan usata secara terstruktur, penggunaan teknologi, pengelolaan keuangan sampai pembelanjaan dapat diselesaikan sendiri sebagai media pembelajaran masyarakat dalam kapasitasnya sebagai pelaku usaha untuk belajar dari pengalaman keberhasilan sektor usaha yang lain. Dengan demikian keberhasilan sektor ini diharapkan akan mampu memberikan pelayanan yang lebih kontributif dalam pembangunan ekonomi dan pariwisata di Indonesia umumnya dan kota Yogyakarta khususnya. Kebutuhan akan pengembangan karakter semacam ini cukup dominan dan banyak diharapkan oleh pelaku bisnis UKM/URT kerajinan wayang kulit untuk mengatasi berbagai keterbatasan baik budaya, cara kerja, kebutuhan inovasi dan kemitraan dalam pengembangan bisnis yang tidak lagi hanya bertumpu pada peran manusia tetapi sudah seharusnya bertumpu pada sistem kerja yang lebih teratur. Kondisi ini sedikit berbeda dengan paradigma peranan pemerintah yang selama ini lebih menonjol dalam bentuk subsidi maupun dalam bentuk fasilitasi bantuan kredit yang penyerapan sesungguhnya belum tentu menyentuh UKM/URT. Strategi pembinaan industri kecil sejak lama dilakukan pemerintah yang dilaksanakan dalam kerangka industri kerajinan (INKRA) maupun yang mengalami dinamika tersendiri.

Sejarah pengembangan industri kecil dan UKM memang mengalami kerancuan sejak lahirnya UU 9/1995 tentang Usaha Kecil Menengah yang cakupannya menyeluruh (pertanian, industri dan jasa) tetapi instrument dan pembagiannya membingungkan (Noer Soetrisno, ISEI, 1996). Pasca reformasi telah dilakukan berbagai program insentif bagu UKM/URT namun tidak juga membuahkan suatu formulasi keberhasilan karena antar dinas koordinasinya kurang bagus. Kemudian setelah era otonomi daerah dibawah pemerintahan kabinet bersatu saat ini, pembinaan UKM/URT sudah mengarah pada pemberdayaan softskill dan hardskill, namun ternyata suporting sistem yang diberikan belum mampu menjawab kebutuhan bagaimana merubah karakter SDM UKM/URT sebagai pelaku bisnis yang tangguh sehingga diperlukan strategi pendekatan budaya seperti yang tereksplorasi permasalahan UKM/URT kerajinan ini. Budaya yang dimaksudkan disini lebih menunjuk pada internalship budaya kerja yang mampu diimplementasikan dalam sistem kerja UKM/URT. Di sisi lain walaupun produksi dari UKM/URT kerajinan selama ini lebih banyak diminati oleh pasar domestik maupun pasar internasional. Namun disisi lain sebaiknya disertai dengan pendekatan budaya dalam bentuk internalisasi nilai-nilai tradisional ke dalam sistem perekonomian global atau sebaliknya. Dengan demikian maka pencitraan memegang peranan penting juga sebagai salah satu strategi kebudayaan sebagai bentuk inkulturasi budaya juga perlu dilakukan sebagai bentuk intervensi budaya keluar supaya menjadi trend budaya dibelahan lain juga perlu dilakukan. Pertukaran budaya dalam era globalisasi ini tidak mustahil dilakukan

pertukaran budaya karena secara empiris masyarakat kita juga dengan mudah melakukan adopsi budaya baru yang seolah hampir tanpa batas lagi.

Kegiatan pemberdayaan UKM/URT harus diarahkan untuk meningkatkan cluster pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah. Namun disadari pula bahwa pengembangan usaha kecil menghadapi banyak kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan. Menurut Simatupang dkk (1994) Lemahnya kemampuan manajerial dan sumberdaya manusia ini mengakibatkan pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. Secara spesifik, masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil adalah:

1. Lemah dalam penguasaan akses pasar
2. Lemah dalam struktur akses permodalan
3. Lemah dalam tata organisasi dan manajemen sumber daya manusia
4. Lemah dalam akses jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil
5. Iklim usaha yang kurang baik karena persaingan yang saling mematikan
6. Pembinaan yang dilakukan kurang terpadu

Harus diakui bahwa cukup banyak upaya pembinaan dan pemberdayaan usaha kecil yang dilakukan oleh berbagai stake holder yang concern dalam pengembangan usaha kecil. Namun upaya pembinaan usaha kecil sering tumpang tindih dan dilakukan sendiri-sendiri. Perbedaan persepsi mengenai usaha kecil ini justru pada gilirannya menyebabkan pembinaan usaha kecil masih terkotak-kotak, di mana masing-masing instansi pembina maupun perbankan memiliki kepentingan yang berbeda sehingga pada gilirannya mengakibatkan arah pembinaan tidak efektif dan indikator keberhasilan yang tidak seragam, karena masing-masing instansi pembina berupaya mengejar target sesuai kriteria yang mereka tetapkan sendiri. Hal ini bagi pengusaha kecil sering mengeluh karena satu program tidak selesai sudah disusul program yang lain yang semuanya tidak bisa menjawab permasalahan mereka secara langsung.

Kontribusi UKM/URT kerajinan di propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta cukup potensial untuk dikembangkan karena memiliki dampak sosial ekonomi masyarakat yang dikategorikan menjadi delapan kelompok besar (Cohen, 1984), yaitu dampak terhadap penerimaan devisa, dampak terhadap pendapatan masyarakat, dampak terhadap kesempatan kerja, dampak terhadap harga-harga, dampak terhadap distribusi manfaat/keuntungan, dampak terhadap kepemilikan dan control, dampak terhadap pembangunan pada umumnya, dan dampak terhadap pendapatan pemerintah. Pengembangan UKM kerajinan memang mampu memberikan dampak positif, bahwa peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan penerimaan devisa, peningkatan kesempatan kerja dan peluang usaha,

peningkatan pendapatan pemerintah dari pajak dan keuntungan badan usaha milik pemerintah, dan sebagainya. Pariwisata diharapkan mampu menghasilkan angka pengganda (multiplier effect) yang tinggi, melebihi angka pengganda pada berbagai kegiatan ekonomi lainnya. Meskipun sulit melakukan penghitungan secara pasti terhadap angka pengganda ini, dari beberapa daerah/negara telah dilaporkan besarnya angka pengganda yang bervariasi. Namun juga hal ini tidak akan berarti juga manakala tidak ada upaya untuk mengembangkan daya saing yang lebih baik karena penetrasi pasar import jauh lebih kuat.

Era otonomi daerah semestinya kegiatan pemberdayaan UKM/URT kerajinan seharusnya ada koordinasi antar pemerintah daerah sehingga ada keterpaduan antara wilayah sebagai pemasok dan produksi kerajinan dan wilayah sebagai pusat pemasaran. Namun dalam kenyataan bentuk pendekatan ini tidak begitu terkoordinasikan dengan baik, karena muncul gejala terjadi tarik menarik untuk membuat wilayah pusat pemasaran antara Pemerintah Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman dan Kotamadia Yogyakarta. Bagaimana mungkin sentra-sentra kerajinan bersaing dengan Pasar Seni Gabusan yang juga harus berhadapan dengan XT Square maupun pasar kerajinan di Prambanan. Strategi seperti ini sepertinya dipaksakan sementara kelemahan mendasar UKM/URT justru pada persoalan internalship organisasionalnya sebagai prasyarat kesiapan memasuki bagian dari sistem perekonomian global.

Budaya global memang sudah menjadi bagian dari gaya hidup disekitar kita, untuk itu disadari akan mengakibatkan pola sistem kerja serta produktifitas masyarakatnya, maka yang harus dipersiapkan adalah kesadaran bahwa sebenarnya penetrasi budaya asing tidak akan menjadi masalah bilamana kita siap menghadapinya. Dinamika perubahan memang terasa dan banyak diassumsikan masyarakat kita mengarah pada sifat destruktif terutama mada budaya indigenous dimana perubahan tersebut akan membawa pada homogenisasi budaya, dimana identitas etnik lokal akan tenggelam dalam bayangan sistem industri yang carat dengan teknologi barat, birokrasi nasional dan multinasional, a consumer-oriented economy, dan jet-age lifestyles. Asumsi tersebut menyiratkan bahwa di dalam melihat dampak social-budaya terhadap masyarakat setempat sebagai suatu ancaman. Padahal asumsi ini tidak sepenuhnya benar dan bahkan mempunyai banyak kelemahan, sebagaimana dikemukakan oleh Wood (1984).

Dalam hal ini tersirat juga asumsi bahwa kebudayaan adalah sesuatu yang spesifik itu diam, tidur, atau pasif, dan seolah-olah kebudayaan merupakan sesuatu yang homogen. Pendekatan seperti ini mengingkari dinamika masyarakat dimana globalisasi sebenarnya sudah merasuk sehingga tidak mampu melihat berbagai respons aktif masyarakat terhadap perubahan global. Wood selanjutnya menganjurkan, di dalam melihat

pengaruh globalisasi terhadap budaya masyarakat lokal, harus disadari bahwa kebudayaan adalah sesuatu yang secara internal terdeferensiasi, aktif, dan selalu berubah. Oleh karena itu pendekatan yang kiranya lebih realistik adalah dengan menganggap bahwa globalisasi adalah 'pengaruh luar yang kemudian terintegrasi dengan masyarakat', dimana masyarakat mengalami proses menjadikan globalisasi sebagai bagian dari kebudayaan baru atau istilah penulis culturification yang menyebabkan restrukturisasi pada berbagai bentuk hubungan di dalam masyarakat (Wood, 1984).

Kebudayaan memang selalu beradaptasi, termasuk dalam menghadapi globalisasi, dan di dalam proses tersebut tidak berarti makna atau otentisitas otomatis hilang. Akulturasi merupakan proses yang wajar dalam setiap pertemuan antar budaya. Disisi lain memang banyak juga kekhawatiran terjadinya proses kehilangan otentisitas budaya lokal sebagai akibat lemahnya filtrasi budaya (Urry, 1990).

Kecurigaan masyarakat bahwa globalisasi dapat merusak atau 'menghancurkan' sistem kebudayaan lokal, serta 'memaksa' sistem kebudayaan lokal untuk tunduk pada tuntutan global. Pendapat ini cukup menarik sebagaimana disampaikan oleh Britton (1977): 'Cultural expression are bastardized in order to be more comprehensible and therefore saleable to mass tourism' (Britton, 1977: 272).

Berdasarkan temuan-temuan selama eksplorasi kegiatan pemberdayaan UKM/URT kerajinan di wilayah Kabupaten Bantul, Yogyakarta ini maka tidak berlebihan kalau dikatakan bahwa pembenahan kedalam atau internalship dapat dipakai sebagai strategi pemberdayaan UKM/URT harus dilakukan melalui strategi kebudayaan. Bentuk dari strategi pemberdayaan UKM/URT ini dilakukan melalui internalship yang mampu mengubah segalanya menjadi lebih baik. Untuk itu dibutuhkan suatu kebijakan yang lebih baik terutama mengenai peranan pemerintah dan peranan assosiasi sebagai bentuk metamorfose budaya kerja yang terstruktur. Disisi lain hal ini dapat dikatakan bahwa kebudayaan itu sedang menuju pencerahan (enlightenment).

IV. KESIMPULAN

Sudah terbukti bahwa pertumbuhan UKM/URT memiliki kontribusi yang begitu besar bagi ketahanan perekonomian nasional, namun secara khusus perhatian dan pengembangan UKM/URT tidak bisa lagi mengandalkan pendekatan konvensional tetapi butuh pendekatan lain yang sesuai dengan konteks kebutuhan pengembangan UKM/URT yang dilakukan secara bertahap dan sifatnya tidak general tetapi spesifik karena tergantung dari budaya setempat dan konteks permasalahan yang muncul ditingkat lokal.

Sudah terbukti bahwa pemerintah memiliki peranan yang central tetapi

juga tidak bisa seluruh urusan UKM/URT menjadi urusan pemerintah saja atau sebaliknya tidak bisa urusan UKM/URT harus diselesaikan sendiri dengan melihat terbatasnya peranan asosiasi. Dengan demikian maka harus dilakukan strategi pemberdayaan yang mampu mensinergikan ketiga unsur tersebut menjadi suatu keunggulan komparatif.

Sudah terbukti bahwa pendekatan budaya tidak hanya dilihat dari kacamata yang sempit tetapi sudah saatnya dilakukan suatu terobosan bahwa budaya juga memiliki kelebihan untuk dikembangkan untuk mengubah pola perilaku dan kebiasaan. Dengan demikian maka inkulturasi budaya sebaiknya diarahkan sebagai bentuk pemberdayaan yang diarahkan untuk internalship bukan dalam kapasitasnya sebagai gaga hidup tetapi dikembangkan menjadi suatu kebutuhan nyata supaya memiliki produktifitas, daya saing dan persiapan menuju kearah bagian dari sistem perekonomian global. Karena disadari bahwa UKM/URT memiliki peluang besar dalam meningkatkan perekonomian dalam negeri yang dapat diandalkan karena mampu melakukan transaksi domestik dan antar negara.

Paling tidak dari penulisan ini akan bermuara kearah internalship (pembenahan kedalam) kearah perbaikan Iklim Usaha, perubahan sistem kerja, memantapkan asosiasi, kerjasama antar pemerintah daerah dalam perluasan akses pasar, pencitraan dan kemitraan, meningkatkan daya saing dan perlindungan usaha yang memadai sebagai bagian dari sistem perekonomian global.

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, Anggito (1994), "*Orientasi Usaha dan Kinerja Bisnis Konglomerat*", makalah dalam Seminar Nasional "Mencari Keseimbangan Antara Konglomerat dan Pengusaha Kecil-Menengah di Indonesia: Permasalahan dan Strategi", Dies Natalis STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, 30 April.
- Bachruddin, Zaenal, Mudrajad Kuncoro, Budi Prasetyo Widyobroto, Tridjoko Wisnu Murti, Zuprizal, Ismoyo (1996), *Kajian Pengembangan Pola Industri Pedesaan Melalui Koperasi dan Usaha Kecil*, LPM UGM dan Balitbang Departemen Koperasi & PPK, Yogyakarta.
- BPS. (1999). *Statistical Yearbook of Indonesia 1998*. Biro Pusat Statistik, Jakarta.
- Hidayat, Anas (1994), "Analisis Perkembangan Industri kecil Berdasarkan Penyusunan Indeks Produktivitas dan Tingkat Efisiensinya di Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Ekonomi*, vol.3, Juni, h. 36-51.
- Kuncoro, Mudrajad (2000a), *The Economics of Industrial Agglomeration and Clustering, 1976-1996: the Case of Indonesia (Java)*, disertasi Ph.D, Department of Management, University of Melbourne, Melbourne, tidak dipublikasikan.
- Kuncoro, Mudrajad dan Anggito Abimanyu (1995), "*Struktur dan Kinerja Industri Indonesia dalam Era Deregulasi dan Debirokratisasi*", *Kelola (Gadjah Mada University Business Review)*, no.10/IV/1995.
- Simatupang, Pantjar, M.H. Togatorop, Rudy P. Sitompul, Tulus Tambunan (eds.) (1994), *Prosiding Seminar Nasional Peranan Strategic Industri Kecil dalam Pembangunan Jangka Panjang Tahap II*, UKI-Press, Jakarta.
- Soetrisno, Loekman (1995), "*Membangun Ekonomi Rakyat Melalui Kemitraan: Suatu Tinjauan Sosiologis*", makalah dalam Diskusi Ekonomi Kerakyatan, Hotel Radisson, Yogyakarta, 5 Agustus.
- Sudisman, U., & Sari, A. (1996). *Undang-Undang Usaha kecil 1995 dan Peraturan Perkoperasian*. Jakarta: Mitrainfo.
- Sumodiningrat, Gunawan (1994), "*Tantangan dan Peluang Pengembangan Usaha Kecil*", *Jurnal Tahunan CIDES*, no. 1, h.157-164.
- Sutrisno, J dan Hs, SL, 2004, "Kajian Usaha Mikro Indonesia", *Jurnal pengkajian koperasi dan UKM nomor 2 tahun 1*, Hasil kajian deputi bidang pengkajian sumberdaya UKMK bekerjasama dengan Gunatama Megah Business and Management Consultant.
- Triyono dan Aedah, S, 2004, "Pengkajian Pemusatan Pengembangan Koperasi Bidang Pembiayaan Pada Tingkat Kabupaten/Kota", *Jurnal pengkajian koperasi dan UKM nomor 2 tahun 1*, Hasil kajian deputi bidang

penkajian sumberdaya UKMK bekerjasama dengan pengembangan pengelolaan Wirausaha-Universitas Indonesia (BPPWI-UI).

- Ali,S,2006," Pedoman Teknis Perkuatan Permodalan Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Di Kawasan Industri Mentri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia ", *Jurnal penkajian koperasi dan UKM nomor 2 tahun 1*, Peraturan Mentri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 19/Per/M.KUKMIVIII/2006, Jakarta.
- Anonim, (2006). *The Indonesia Business Forecast Report*. Business Monitor International , Ltd Q3 2006.
- Besanko, David, David Dranove, and Mark Shanley, (1995). *Economics of Strategy* .
- Wiley. Pearce II, John A and Richard B. Robinson Jr ., (2000). *Strategic Management* . Formulation, Implementastion, and Control. 7th Edition, Irwin McGraw-Hill.
- Situmorang, Johnny W., (2005). Pembangunan Nasional, Investasi, dan UKM. *Majalah Infokop ISSN: 0126-813X*, no 27 tahun XX 2005. Kementerian KUKM Jakarta.
- Yip, George S., (1992). *Total Global Strategy . Managing for Worldwide Competitive advantages*. Prentice Hall.
- Djelantik, A.A.M., 1999 *Estetika Sebuah Pengantar*, Bandung .. Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia
- Maksan, Hadiyanto 1984 *Teknologi Penyamakan 1*, Yogyakarta : Akademi Teknologi Kulit Yogyakarta
- Mulia,TGS., and K.A.H. Hidding, 1983, *Ensiklopedia Indonesia*, Jakarta : PN Ictihar Baru Van Hoeven
- Purnomo, Edy., 1992 *Penyamakan Kulit Reptil*, Yogyakarta : Kanisius
- Sagio dan Samsugi, 1991, *Wayang Kulit Gagrak Yogyakarta : Morfologi, Tatahan, Sunggingan dan teknik pembuatannya*, Jakarta : CV. Haji Masagung
- Soehadji, M., 1979, *Desain Kerajinan dan Masalahnya*, Yogyakarta : Diktat, STSRI/ASRI
- Thortenson, *Practical leather Teknologi*, New york : RE. Krieger Publishing Company
- Toekiyo, Soengeng, et al., 1987 *Pengantar Seni Rupa*, Surakarta : Akademi Seni Karawitan Indonesia
- "Design Meet Artisan" *Craft Revival Trust*, Artesanfas de Columbia S.A., Unesco, 2005.
- Adler Haymans Manurung, *Wirausaha Bisnis Usaha Kecil Menengah*, Penerbit Buku Kompas, Jakarta, 2006.

- Enrico Vacetti, importir dari Karu, Milano, Italia. Wawancara pada tanggal 20 November 2008 di Kasongan Yogyakarta.
- Mudrajad Kuncoro, *Ekonomi Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*, Penerbit Andi Yogyakarta, Yogyakarta, 2007.
- Soeharto Prawirokusumo, *Ekonomi Rakyat (Konsep, Kebijakan, dan Strategi)*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2001.
- SP. Gustami 1991, Seni Kriya Indonesia Dilema Pembinaan dan Pengembangannya, *Jurnal Seni, Edisi 1/03 Oktober*, BP. ISI. Yogyakarta.
- Tika Nurjaya (ed.), *Usaha Kecil Indonesia Tinjauan Tahun 2002 dan Prospek Tahun 2003*, Indonesia Small Business Research. P. XX.
- Nugroho Heru, 2001, *Negara, Pasar, dan Keadilan Sosial*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Khairuddin H, 1995, *Filsafat Kota Yogyakarta*, Yogyakarta, Liberty.
- Muhadjir, Noeng, 1998, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta, Rake Sarasin.
- Nugroho, (ed), 2002, *Interpretasi Kritis Keistimewaan Yogyakarta*, Jakarta, Center for Critical Social Studies dan Forum Bulaksumur School of Thought.
- Crask, Fox & Stout (1995), *Marketing Research: Principle & Application*, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Husnan,S. & Suwarsono,(1997), *Studi Kelayakan Proyek*, Edisi ketiga, Yogyakarta:UPP AMP YKPN.
- Kotler,P (2005), *Marketing Management*, 12th Edition, New Jersey .. Prentice Hall Inc.
- Rangkuti, F. (1999), *Riset Pemasaran*, Cetakan ketiga, Yogyakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar,H.(1997), *Studi Kelayakan Bisnis: Manajemen, Metode dan Kasus*, Yogyakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.