

## **BAB II.**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. KONSEP PRODUK UNGGULAN DAERAH**

##### **2.1.1. Pengertian Produk Unggulan Daerah**

Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki dan dikuasai oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (bahan baku dan pasar), talenta masyarakat dan kelembagaan (penguasaan teknologi, kemampuan sumberdaya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di lokasi tertentu. Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses membangun dialog dan kemitraan aksi para pihak yang meliputi pemerintah daerah, para pengusaha, dan organisasi-organisasi masyarakat lokal. Pilar-pilar pokok strateginya adalah meningkatkan daya tarik, daya tahan, dan daya saing ekonomi lokal. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pertumbuhan yang tinggi dan pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua pihak di daerah dalam rangka meningkatkan

kesempatan kerja baru, peningkatan dan pengurangan kemiskinan secara signifikan.

Dalam rangka upaya pembangunan ekonomi daerah, inventarisasi potensi wilayah/masyarakat/daerah mutlak diperlukan agar dapat ditetapkan kebijakan pola pengebangan baik secara sektoral maupun secara multisektoral. Salah satu langkah inventarisasi/identifikasi potensi ekonomi daerah adalah dengan mengidentifikasi produk-produk potensial, andalan dan unggulan daerah pada tiap-tiap sub sektor. Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumberdaya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkal produk pesaing di pasar domestic dan /atau menembus pasar ekspor (Sudarsono, 2001).

Kriteria produk unggul menurut Unkris Satya Wacana Salatiga, adalah komoditi yang memenuhi persyaratan kecukupan sumberdaya lokal, keterkaitan komoditas, posisi bersaing dan potensi

bersaing. Dari kriteria ini memunculkan pengelompokkan komoditas berikut:

1. Komoditas potensial adalah komoditas daerah yang memiliki potensi untuk berkembang karena keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif terjadi misalnya karena kecukupan ketersediaan sumberdaya, seperti bahan baku lokal, keterampilan sumberdaya lokal, teknologi produksi lokal serta sarana dan prasarana lokal lainnya.
2. Komoditas andalan adalah komoditas potensial yang dipandang dapat dipersandingkan dengan produk sejenis di daerah lain, karena disamping memiliki keunggulan komparatif juga memiliki efisiensi usaha yang tinggi. Efisiensi usaha itu tercermin dari efisiensi produksi, produktivitas pekerja, profitabilitas dan lain-lain.
3. Komoditas unggulan adalah komoditas yang memiliki keunggulan kompetitif, karena telah memenangkan persaingan dengan produk sejenis di daerah lain. Keunggulan kompetitif demikian dapat terjadi karena efisiensi produksinya yang tinggi akibat posisi tawarnya yang tinggi baik terhadap pemasok, pembeli, serta daya

saignya yang tinggi terhadap pesaing, pendatang baru maupun barang substitusi.

Produk Unggulan Daerah yang selanjutnya disingkat PUD Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014 merupakan produk, baik berupa barang maupun jasa, yang dihasilkan oleh koperasi, usaha skala kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki oleh daerah baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya lokal, serta mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah yang diharapkan menjadi kekuatan ekonomi bagi daerah dan masyarakat setempat sebagai produk yang potensial memiliki daya saing, daya jual, dan daya dorong menuju dan mampu memasuki pasar global. Sedangkan yang disebut pengembangan adalah upaya yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat dalam mengembangkan produk unggulan daerah melalui perencanaan, pengorganisasian, pembiayaan, pengawasan, pengendalian, dan evaluasi kegiatan.

Perencanaan pengembangan PUD jangka menengah daerah dapat dilakukan antara lain dengan model; Inkubator, Klaster, *One Village One Product/Ovop*, dan Kompetensi inti.

Model pengembangan PUD jangka menengah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan antara lain melalui:

1. Peningkatan kualitas daya tarik PUD;
2. Peningkatan kualitas infrastruktur;
3. Peningkatan promosi dan investasi PUD;
4. Peningkatan kerjasama;
5. Peningkatan peran serta masyarakat; dan
6. Peningkatan perlindungan terhadap PUD.

Mengacu urgensi identifikasi produk-produk unggulan di daerah terkait penerapan otonomi daerah dan relevansinya dengan penyerapan basis ekonomi lokal untuk bisa memacu PAD serta penyerapan tenaga kerja maka kajian tentang produk unggulan menjadi kian menarik untuk ditelaah lebih lanjut.

Selain itu, pengembangan produk unggulan daerah juga relevan dengan tuntutan era global karena saat ini nilai keunggulan komparatif sudah tak lagi relevan sebab yang terpenting justru komitmen memacu keunggulan kompetitif. Terkait hal ini, keunggulan kompetitif pada dasarnya bisa diciptakan sehingga tidak ada alasan bagi semua pihak untuk tidak menciptakan keunggulan kompetitif dari setiap peluang yang ada. Persaingan era global sangat

ditentukan keunggulan yang dimiliki atau keunggulan produk. Bahkan, ini bisa disebut dengan keunggulan kompetitif. Di sisi lain, potensi keunggulan komparatif sudah tidak menjamin secara kontinu atas persaingan global.

Dalam konteks pengembangan keunggulan ini, pemerintah daerah harus mulai mengembangkan konsep produk unggulan. Proses ini dilakukan dengan mengidentifikasi produk unggulannya terutama yang berasal dari sektor informal dan usaha kecil menengah dengan asumsi sifatnya yang padat karya sebagai proses pengembangan sumber daya lokal dan juga optimalisasi atas potensi ekonomi daerah (Asmara, 2004).

Sebagai suatu strategi pembangunan, terutama terkait otonomi daerah, pengembangan produk unggulan dinilai mempunyai kelebihan karena dianggap bahwa suatu daerah yang menerapkan ini relatif lebih mandiri dalam pengembangan ekonomi. Pengembangan produk unggulan dan pengembangan UKM dapat merupakan strategi yang efektif dalam pengembangan ekonomi daerah. Esensi atas penciptaan produk-produk unggulan di daerah menjadi sangat penting terlebih lagi di daerah tertinggal atau mempunyai ketimpangan

ekonomi terhadap daerah lain, termasuk juga daerah perbatasan (Asmara, 2004).

Era otonomi daerah yang dititikberatkan pada pembangunan Kabupaten dan Kota membawa konsekuensi dan tantangan cukup berat bagi pengelola administratif pemerintahan, baik pada tahap implementasi maupun pada tahap pengendalian program program pembangunan. Tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan otonomi daerah dapat diatasi jika daerah memiliki kemampuan dalam menggalang berbagai potensi yang dimilikinya yang didukung oleh kemampuan aparat (SDM) dan kelembagaan, untuk menambah perbesaran sumber-sumber penerimaan daerah (Darmawansyah, 2003).

Peranan produk unggulan sangat krusial karena merupakan produk yang mampu memberi kontribusi terbesar terhadap perolehan penerimaan daerah, terutama jika dilihat kontribusinya terhadap PAD-PDRB. Hal ini terlihat dari besarnya peranan produk unggulan terhadap total perekonomian (Darmawansyah, 2003).

Dari rujukan diatas dan dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah maka produk unggulan perlu mendapatkan perhatian khusus dan menjadi prioritas untuk dikembangkan melalui maksimisasi hasil

hasilnya. Meski demikian potensi yang ada di Kabupaten Bantul belum dimanfaatkan optimal dan masih banyak produk unggulan yang belum teridentifikasi sehingga output yang ada belum diolah secara optimal sehingga produktivitas produk unggulan sebenarnya masih dapat lebih ditingkatkan.

### **2.1.2. Konsep Pembangunan Ekonomi Daerah dan Pendekatan Produk/Komoditas Unggulan Daerah**

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan unsur penting dan utama dalam menciptakan daerah yang mandiri yang dicitacitakan melalui kebijakan desentralisasi. Pembangunan ekonomi daerah dapat diartikan sebagai suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola sumberdaya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi dalam wilayah tersebut.

Oleh karena itu pemerintah daerah beserta partisipasi masyarakat dengan menggunakan sumberdaya yang ada harus mampu menaksir potensi sumber-sumberdaya yang diperlukan untuk

merancang dan membangun perekonomian daerahnya. Masalah pokok dalam pembangunan daerah adalah terletak pada penekanan terhadap kebijakan-kebijakan pembangunan yang didasarkan pada kekhasan daerah yang bersangkutan dengan menggunakan potensi sumberdaya manusia, sumberdaya alam, sumberdaya finansial dan bahkan sumberdaya kelembagaan.

Orientasi ini mengarahkan kita kepada pengambilan inisiatif-inisiatif yang berasal dari daerah tersebut dalam proses pembangunan untuk menciptakan kesempatan kerja baru dan merangsang peningkatan kegiatan ekonomi. Menurut Sudarsono (2001), dinamika keunggulan daerah di masa mendatang ditandai dengan mampu tidaknya daerah dalam meraih peluang menghadapi kompetisi pasar bebas baik di tingkat regional maupun global. Beberapa langkah dan strategi yang perlu dilakukan agar daerah mampu berkompetisi antara lain:

1. Birokrasi pemerintah perlu melakukan reorientasi peran dan tanggungjawabnya yakni hanya bersifat mengarah dan membina bukan menentukan (*steering than rowing*). Sehingga peran dan tanggungjawab pemerintah daerah hanya berkisar pada bidang-bidang dimana sektor swasta

atau pihak ketiga lainnya tidak memungkinkan untuk melakukan tugas tersebut, misalnya dalam situasi terjadinya kegagalan pasar.

2. Birokrasi Pemda harus dapat berkiprah secara efektif dan efisien dalam memberikan pelayanan prima untuk meraih investasi dalam dan luar negeri
3. Membentuk system dan jaringan kerja dengan lembaga/asosiasi bisnis dan atase perdagangan luar negeri, khususnya dalam mendukung pemasaran produk ekspor.
4. Mengembangkan lembaga R&D (*research and development*) terhadap jenis produksi unggulan untuk menjamin kualitas produk, kestabilan harga, kebutuhan pasar dan jaminan kontinuitas ketersediaannya.
5. Memfasilitasi lembaga keuangan agar bersedia memberikan modal usaha bagi industri skala kecil dan menengah pada berbagai sektor unggulan daerah, sehingga mereka dapat menjamin dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.
6. Berperan mentransportasikan ilmu pengetahuan dan teknologi terapan di berbagai sektor unggulan produk

daerah, agar proses produksi dapat mencapai efektifitas, efisiensi, dan ekonomis.

7. Mendorong agar para produsen mengembangkan jenis-jenis produk unggulan yang bersifat komplementer baik intern maupun antar region, memiliki nilai tambah dan menghasilkan manfaat ganda baik secara *backward-linkage* dan *forward linkage* terhadap berbagai sektor, dengan demikian dapat memperkuat posisi daerah dari pengaruh fluktuasi ekonomi
8. Memposisikan birokrasi pemerintah daerah cukup berperan sebagai katalisator, stimulator, dan regulator agar mekanisme pasar dapat bekerja secara sehat
9. Memprioritaskan program pembangunan infrastuktur yang dibutuhkan dalam rangka kemudahan aksesibilitas usaha di bidang industri meliputi sarana transportasi, komunikasi, energi, lokasi industri, sarana dan prasarana pelayanan umum yang baik serta situasi lingkungan yang sehat dan aman.

## **2.2. OTONOMI DAERAH DAN PRODUK UNGGULAN**

Identifikasi atas produk-produk unggulan daerah terkait implementasi era otonomi daerah bukan tanpa masalah. Hal ini terutama mengacu pada harapan pemberdayaan masyarakat di daerah dan juga optimalisasi sumber-sumber daya yang ada, baik SDA atau SDM di daerah.

Oleh karena itu, salah satu ancaman atas penumbuh kembangan produk-produk unggulan daerah yaitu terjadinya eksplorasi dan eksploitasi sumber daya. Hal ini nampaknya memang disadari menjadi dilema dan secara tidak langsung adalah konsekuensi logis dari tuntutan pembangunan di era otonomi daerah yang menuntut optimalisasi PAD sebagai sumber pendanaan pembangunan era otonomi daerah (Elmi dan Ika, 2002).

Adanya perubahan politik dari sentralistik-otoriter ke desentralistik-demokratis yang ditandai pelaksanaan otonomi daerah telah membawa dampak semakin tajamnya degradasi sumber daya alam dan ekosistemnya.

Perubahan tersebut akan mendorong adanya kegiatan yang mengarah pada perlombaan membangun daerah. Kegiatan itu senantiasa bertujuan untuk meningkatkan PAD sebagai sarana

menuju kesejahteraan masyarakat. Keadaan ini akan mengakibatkan terjadinya eksploitasi kekayaan sumber daya dan ekosistemnya, sehingga pada gilirannya akan memacu keadaan lingkungan menjadi berbahaya bagi kehidupan.

Di sisi lain, ancaman ini adalah konsekuensi riil dibalik penumbuh kembangan produk-produk unggulan yang tentu harus diminimalisasi kejadiannya. Terjadinya penurunan kualitas sumber daya merupakan suatu indikasi adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia dengan ketersediaan sumber daya alam (Hasan, 2002).

Adanya ragam peraturan pemerintah yang kurang memberi penekanan pada upaya pelestarian sumber daya alam dan lebih memprioritaskan sisi perolehan pendapatan belaka maka bisa membawa dampak yang sulit dihindari dalam pengelolaan sumber daya alam dan ekosistemnya. Terkait kasus ini misalnya bisa menjadi contoh untuk kasus daerah yang kaya sumber kayu dari hutan bahwa laju pengurangan luas hutan di Sumatera 2 % per tahun, di Jawa 0,4 % per tahun, di Kalimantan 0,9 % per tahun, di Sulawesi 1 % per tahun, dan di Irian Jaya mencapai 0,7 % per tahun. Adanya pengurangan luas hutan ini terjadi akibat proses penurunan mutu

hutan (*degradasi*) dan pengundulan hutan (*deforestasi*). Degradasi dan deforestasi hutan memberikan implikasi yang luas dan mengkhawatirkan bagi masa depan (Wardojo, 2001).

Ada berbagai masalah yang akan terjadi pada sumber daya alam dan ekosistemnya, jika dalam penjabaran dan pelaksanaan era otonomi daerah termasuk penumbuhkembangan produk-produk unggulan tersebut tak ditangani secara hati-hati. Masalah yang akan muncul itu akan berupa degradasi sumber daya alam dan ekosistemnya. Sebagai contoh adanya degradasi sumber daya kelautan, sumber daya sungai dan alirannya, sumber daya hutan, serta adanya berbagai dampak pencemaran akibat aktivitas pembangunan ekonomi antar daerah, dan lain-lain. Oleh sebab itu, sumber daya yang semula mampu menjadi sumber utama peningkatan pendapatan daerah melalui komitmen penumbuhkembangan produk unggulan, jika pemanfaatannya pada jangka panjang tidak disertai dukungan kebijakan yang mengarah kepada upaya perbaikan dan memperhatikan pelestarian sumber daya alam, maka hal tersebut justru menjadi sumber konflik antar pemerintah daerah di masa yang akan datang (Hasan, 2002).

Ini juga bisa mengancam terjadinya pemusnahan budaya lokal yang terkait dengan aspek sumber daya masyarakat lokal di daerah. Bahkan, jika ini berlanjut, maka ancaman urbanisasi akan makin menguat karena daerah sudah tidak ada lagi potensi sumber daya yang bisa memberikan kemanfaatan bagi masyarakat lokal dan kekhawatiran ini harus diwaspadai (Karmadi, 2007).

Merujuk ancaman kekhawatiran itu, bahwa pasca implementasi otonomi daerah terlihat gejala makin cepatnya degradasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya. Di berbagai daerah telah terjadi perusakan hutan, baik itu hutan lindung, hutan peyangga, hutan tanaman industri, dan juga kawasan konservasi. Rusaknya hutan, berarti telah terjadi kerusakan-kepunahan keanekaragaman hayati, baik itu tumbuhan maupun satwa. Juga berbagai macam perusakan baik di laut, daerah aliran sungai, pertambangan, tanah, udara dan air. Kasus tersebut telah terjadi secara merata di berbagai wilayah di Indonesia dengan akibat yang akan dirasakan semua lapisan masyarakat.

Oleh karena itu, wajarlah jika muncul tuntutan etika bisnis terkait penumbuhkembangan produk-produk unggulan agar terjadi keseimbangan. Menyikapi fenomena degradasi sumber daya

bersamaan dengan aspek tuntutan penumbuhkembangan produk-produk unggulan terkait pelaksanaan otonomi daerah kini, maka diperlukan kesadaran kolektif pada semua lapisan masyarakat, baik penyelenggara pemerintahan, pelaku ekonomi dan masyarakat pada umumnya untuk mendukung era otonomi daerah. Bagaimanapun juga implementasi era otonomi daerah adalah proses jangka panjang bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal (Sidik, 2002).

Adanya kepentingan terhadap keseimbangan sumber daya dan ekosistem terkait pada implementasi otonomi daerah dan penumbuhkembangan produk-produk unggulan daerah bahwa kini potret kebebasan pemanfaatan sumber daya alam cenderung mengarah pada perusakan dan degradasi sumber daya alam itu sendiri. Oleh karena itu dalam penyelenggaraan otonomi daerah memang dituntut untuk menggali potensi agar dapat menyelenggarakan urusan rumah tangga sendiri, tetapi bukan berarti bahwa kebebasan menggali potensi ini adalah merusak sumber daya yang ada. Pelaksanaan otonomi daerah tidak terpaku pada perjuangan untuk memanfaatkan sumber daya alam dan ekosistemnya, jika nantinya yang akan menanggung segala kerugiannya justru masyarakat daerah setempat.

Oleh karena itu, perlu adanya pemberdayaan masyarakat lokal. Intinya bahwa keyakinan atas urgensi produk unggulan memang tak bisa disangkal, meski orientasi untuk menentukannya bukan pekerjaan mudah, terutama dikaitkan dengan aspek prioritas penetapannya (Pranadji, 2003).

## **2.3. PENGEMBANGAN PUD MODEL KLASTER**

### **2.3.1. Pengembangan PUD Berbasis Klaster**

Klaster pada hakekatnya adalah upaya untuk mengelompokkan industri inti yang saling berhubungan, baik industri pendukung (*supporting industries*), industri terkait (*related industries*), jasa penunjang, infrastruktur ekonomi, penelitian, pelatihan, pendidikan, infrastruktur informasi, infrastruktur teknologi, sumber daya alam, serta lembaga-lembaga-lembaga terkait. Klaster juga merupakan cara untuk mengatur beberapa aktivitas pengembangan ekonomi.

Diantara beberapa hal yang sebenarnya sangat mendasar dalam konsep klaster industri dan membedakan satu konsep dengan konsep lainnya adalah dimensi/aspek rantai nilai (*value chain*).

Dengan pertimbangan dimensi rantai nilai, secara umum terdapat 2 pendekatan klaster industri dalam literatur, yaitu:

1. Beberapa literatur, terutama yang berkembang terlebih dahulu dan lebih menyoroti aspek aglomerasi, merupakan pendekatan berdasarkan pada (menekankan pada) aspek keserupaan (*similarity*) sehimpunan aktivitas bisnis. Dalam hal ini misalnya, sentra industri/bisnis, *industrial district*, dan sejenisnya yang mempunyai “keserupaan” aktivitas bisnis dianggap sebagai suatu klaster industri;
2. Beberapa literatur yang berkembang dewasa ini, termasuk yang ditekankan oleh Porter, merupakan pendekatan yang lebih menyoroti “keterkaitan” (*interdependency*) atau rantai nilai sehimpunan aktivitas bisnis. Dalam pandangan ini, sentra industri/bisnis dan/atau *industrial district* pada dasarnya merupakan bagian integral dari jalinan rantai nilai sebagai suatu klaster industri.

Pendekatan klaster model Porter merupakan pengembangan dari *industrial district* atau kawasan industri yang dikembangkan oleh Alfred Marshall pada 1920 (Desrochers dan Sautet, 2004). Berbeda dengan Marshall yang hanya fokus pada perusahaan-perusahaan

sejenis, kluster model Porter tidak membatasi hanya pada satu industri, tetapi lebih luas lagi. *Diamond Cluster Model*, meliputi industri-industri terkait, serta perusahaan-perusahaan yang lain yang mempunyai keterkaitan dalam teknologi, input yang sama. Dengan bekerja sama dalam satu kluster, maka perusahaan-perusahaan atau industri-industri terkait akan memperoleh manfaat sinergi dan efisiensi yang tinggi dibandingkan dengan mereka bekerja sendiri-sendiri. Menurut Porter (2000) kluster dapat terbentuk pada kota, kawasan regional, bahkan dalam suatu negara.

Porter menganalisis kluster industri dengan pendekatan diamond model. Adapun elemen dari diamond model tersebut terdiri dari: (1) faktor input (*factor/input condition*), (2) kondisi permintaan (*demand condition*), (3) industri pendukung dan terkait (*related and supporting industries*), serta (4) strategi perusahaan dan pesaing (*context for firm and strategy*). Berikut adalah penjelasan untuk masing-masing elemen tersebut:

#### 1. Faktor Input

Faktor input dalam analisis Porter adalah variabel-variabel yang sudah ada dan dimiliki oleh suatu kluster industri seperti sumber daya manusia (*human resource*), modal

(*capital resource*), infrastruktur fisik (*physical infrastructure*), infrastruktur informasi (*information infrastructure*), infrastruktur ilmu pengetahuan dan teknologi (*scientific and technological infrastructure*), infrastruktur administrasi (*administrative infrastructure*), serta sumber daya alam. Semakin tinggi kualitas faktor input ini, maka semakin besar peluang industri untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas.

## 2. Kondisi Permintaan

Kondisi permintaan menurut diamond model dikaitkan dengan *sophisticated and demanding lokal customer*. Semakin maju suatu masyarakat dan semakin *demanding* pelanggan dalam negeri, maka industri akan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas produk atau melakukan inovasi guna memenuhi keinginan pelanggan lokal yang tinggi. Namun dengan adanya globalisasi, kondisi permintaan tidak hanya berasal dari lokal tetapi juga bersumber dari luar negeri.

### 3. Industri Pendukung dan Terkait

Adanya industri pendukung dan terkait akan meningkatkan efisiensi dan sinergi dalam kluster. Sinergi dan efisiensi dapat tercipta terutama dalam *transaction cost*, *sharing* teknologi, informasi maupun *skill* tertentu yang dapat dimanfaatkan oleh industri atau perusahaan lainnya. Manfaat lain industri pendukung dan terkait adalah akan terciptanya daya saing dan produktivitas yang meningkat.

### 4. Strategi Perusahaan dan Pesaing

Strategi perusahaan dan pesaing dalam diamond model juga penting karena kondisi ini akan memotivasi perusahaan atau industri untuk selalu meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan selalu mencari inovasi baru. Dengan adanya persaingan yang sehat, perusahaan akan selalu mencari strategi baru yang cocok dan berupaya untuk selalu meningkatkan efisiensi.

Dalam menganalisis kluster, terdapat 3 dimensi pengukuran, yaitu:

1. Keterkaitan (*Linkage*):

Mencakup inovasi, tenaga kerja, dan input. Hal ini menentukan apakah yang akan terbentuk adalah klaster mata rantai nilai (*value chains clusters*), klaster berbasis tenaga kerja (*labor-based clusters*), atau klaster inovasi (*innovation clusters*).

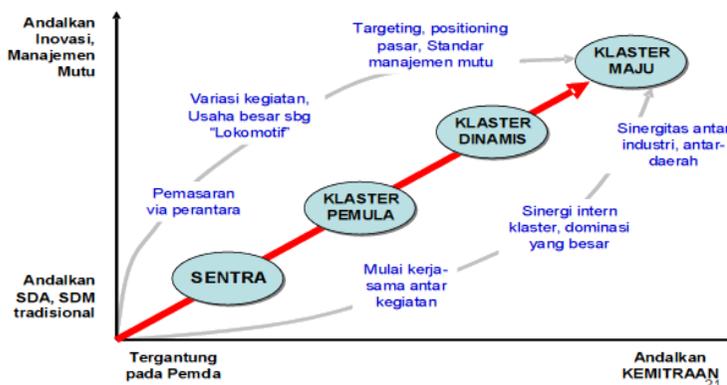
2. Geografi (*Geography*)

Yaitu apakah terkonsentrasi di suatu wilayah (*localized*) atau menyebar antar wilayah (*non localized*).

3. Waktu (*Time*)

Apakah eksisting (yaitu dimana klaster memang sudah memiliki peran yang signifikan dan memiliki keterkaitan yang tinggi), penurunan (eksisting klaster yang mengalami penurunan peran), peningkatan (klaster yang menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan), ataukah potensial (klaster yang memiliki potensi mengalami peningkatan atau keberuntungan di masa mendatang).

Sementara dilihat dari perkembangnya klaster dapat dikelompokkan kedalam empat jenis, yaitu:



Sumber : Munir *et al.* (2007)

Gambar 2.1. Pengelompokkan Klaster Kedalam Empat Jenis

### 2.3.2. Manfaat Klaster

Penargetan program pengembangan industri dengan klaster diyakini Porter akan memberikan manfaat yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Adapun manfaat-manfaat klaster tersebut adalah sebagai berikut (Porter, 2000):

#### 1. Klaster Mampu Memperkuat Perekonomian Lokal

Konsentrasi industri pada sebuah lokasi tertentu dapat berdampak pada penghematan biaya bagi perusahaan dalam klaster. Penghematan biaya tersebut dikenal sebagai *lokalisasi economies*. Penghematan tersebut dapat bersumber dari bertambahnya ketersediaan *specialized input suppliers* dan jasa; penambahan tenaga kerja terlatih

dan terspesialisasi; investasi infrastruktur publik yang dilakukan demi kebutuhan industri tertentu; pasar keuangan yang terkait erat dengan industri; dan meningkatnya kecenderungan transfer informasi dan teknologi antarperusahaan.

## 2. Klaster Mampu Memfasilitasi Reorganisasi Industri

Transisi organisasi industri dari perusahaan besar yang memproduksi secara massal ke perusahaan kecil yang memfokuskan pada *speciality production* telah terdokumentasi dengan baik. Perubahan struktur industri ini terjadi berkat meningkatnya kompetisi global dan timbulnya teknologi produksi baru (misal: komputerisasi produksi). Klaster merupakan lokasi industri yang menarik bagi perusahaan kecil yang terspesialisasi dan terkomputerisasi dalam produksi. Spesialisasi produk dan pengadopsian teknologi produksi terbaru lebih menonjol dan mudah untuk dilakukan bagi perusahaan di dalam *Cluster* industri tersebut.

Kedekatan antara perusahaan yang terspesialisasi dengan *input suppliers* produksi dan pasar produk dapat

meningkatkan aliran barang melalui sistem produksi. Kesiapan akan akses terhadap pasar produk dan input juga memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi di pasar. Maka, konsentrasi spasial dari perusahaan-perusahaan tersebut mampu menyediakan kumpulan tenaga kerja terlatih yang diperlukan oleh teknologi produksi yang terkomputerisasi.

### 3. Klaster Meningkatkan *Networking* Antar Perusahaan

*Networking* merupakan kerjasama antarperusahaan untuk mengambil manfaat kerjasama, mengembangkan pasar produk baru, mengintegrasikan aktivitas, atau menghimpun sumber daya dan pengetahuan. Kerjasama ini secara alamiah akan sering terjadi antaranggota klaster. Survei terhadap *manufacturing networks* menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki *networking* yang kuat mendapatkan manfaat dari kolaborasi dan transfer informasi mengenai pemasaran, pengembangan produk baru, dan peningkatan teknologi. Perusahaan-perusahaan tersebut juga mengalami peningkatan daya saing dan

profitabilitas melalui kerjasama dan kolaborasi antar perusahaan.

#### 4. Klaster Memungkinkan Penitikberatan pada Sumber Daya Publik

Penargetan pembangunan industri melalui klaster memungkinkan suatu kawasan untuk menggunakan sumber daya pembangunan ekonomi yang dimiliki secara terbatas dengan lebih efisien. Pertama, klaster industri memungkinkan suatu kawasan untuk lebih memfokuskan pada sistem rekrutmen, pemeliharaan dan ekspansi, serta program pengembangan usaha kecil daripada menyediakan program bantuan bagi berbagai jenis industri yang berbeda. Upaya pembangunan terencana seperti ini memberikan identifikasi yang lebih jelas terhadap kebutuhan industri yang lebih spesifik dan memungkinkan (dengan anggaran pengeluaran tertentu) penyediaan program yang lebih sedikit, namun lebih bernilai. Kedua, karena keterkaitan antarperusahaan dalam klaster, program-program yang mendukung usaha tertentu akan memiliki efek pengganda (*multiplier effect*) yang relatif

lebih besar kepada perekonomian daerah tersebut. Total penyerapan tenaga kerja dan pendapatan dari membentuk (atau mempertahankan) anggota klaster akan melebihi total penyerapan tenaga kerja dan pendapatan dari perusahaan-perusahaan yang besarnya sama namun tidak tergabung dalam klaster.

#### 5. Klaster Meningkatkan Produktivitas dan Efisiensi

Dengan adanya klaster maka efisiensi akan tercipta dalam perekonomian. Perusahaan-perusahaan akan mendapat akses untuk mendapatkan input tertentu, jasa-jasa, tenaga kerja, informasi, karena sudah tersedia dalam klaster. Demikian juga dengan koordinasi antara perusahaan dalam klaster akan terjalin lebih baik dan mudah. *Best practises* dalam klaster akan lebih cepat ditularkan sehingga maksimum efisiensi akan didapat oleh banyak perusahaan.

#### 6. Klaster Mendorong dan Mempermudah Inovasi

Adanya klaster akan meningkatkan kemampuan anggota-anggota dalam klaster untuk melihat peluang-peluang untuk melakukan berbagai inovasi. Kemudahan dalam

melakukan eksperimen dengan menggunakan sumber daya yang ada dalam klaster juga merupakan manfaat lain dari klaster.

## **2.4. PENGEMBANGAN PUD MODEL KOMPETENSI INTI**

### **2.4.1. Pengertian Kompetensi Inti**

Pada dasarnya, kompetensi inti dibangun atas dasar produk/komoditas unggulan, namun tidak semua produk /komoditas unggulan dapat menjadi suatu kompetensi inti suatu daerah. Dan bisa jadi suatu kompetensi inti daerah, bukan berasal dari produk unggulan daerah tersebut. Hal ini disebabkan, defenisi dari kompetensi inti yang lebih luas dan detail ketimbang produk/komoditas unggulan.

Menurut departemen perindustrian, kompetensi inti adalah suatu kumpulan yang terintegrasi dari serangkaian keahlian dan teknologi yang merupakan akumulasi dari pembelajaran, yang akan bermanfaat bagi keberhasilan bersaing suatu bisnis. Dalam perspektif ekonomi regional, kompetensi inti adalah kemampuan suatu daerah untuk menarik investasi dari luar daerah itu, baik investasi asing

maupun investasi dalam negeri serta memfasilitasi perekonomian yang menghasilkan nilai tambah.

Suatu komoditas unggulan atau suatu industri unggulan tidak akan dikatakan memiliki kompetensi inti jika pengembangannya bersifat tradisional. Dalam arti bahwa sifat tradisional ini menggunakan teknologi dan keahlian yang sederhana, sehingga mudah dicontoh oleh pihak lain dalam pengembangannya serta memiliki nilai tambah yang rendah

#### **2.4.2. Konsep SAKA-SAKTI (Satu Kabupaten-Satu Kompetensi Inti)**

Konsep Saka-Sakti adalah salah satu konsep penciptaan kompetensi inti di tiap kabupaten di Indonesia. Konsep ini diperkenalkan oleh Martani Huseini dalam pidato pengukuhan guru besarnya di Universitas Indonesia, pada tahun 1999, memperkenalkan model Sakasakti (satu kabupaten satu kompetensi inti) untuk membangun daya saing daerah yang dapat dikatakan memanfaatkan konsep kompetensi inti tentang sumber sumber daya saing organisasi dan tentang daya saing berbasis sumber daya. Darmawansyah (2003).

Model saka-sakti lebih difokuskan pada identifikasi kompetensi khas yang dimiliki suatu daerah yang diyakini menjadi

sumber terciptanya suatu produk unggulan. Artinya, model saka-sakti difokuskan pada usaha menggali dan mengidentifikasi kompetensi yang dimiliki (atau soyogyanya dimiliki) suatu daerah (kabupaten/kota) dengan mempertimbangkan kekayaan sumber daya yang ada di suatu daerah. Darmawansyah (2003).

Model konseptual Saka-Sakti, merupakan keterkaitan antara rantai nilai dari komoditas unggulan yang dibentuk dari 3 (tiga) komponen utama yaitu pembelajaran kolektif (*collective learning*), kompetensi (*competency*) dan sumber daya (*reseources: tangible* maupun *intangibile*). Ketiga komponen utama ini dipengaruhi oleh *social capacity* yang terbentuk dari sembilan faktor yang dikembangkan oleh *Choo and Moon* yaitu: politisi dan birokrat, tenaga kerja, manajer dan insinyur professional, wirausahawan, lingkungan bisnis, sumber daya, permintaan domestik, industri terkait dan pendukung, dan peluang eksternal.

## **2.5. PENGEMBANGAN PUD MODEL OVOP**

### **2.5.1. Pengertian *One Village One Product***

*One Village One product* (OVOP) atau satu desa satu produk adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah

untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Satu desa sebagaimana dimaksud dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota, maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis.

*One Village One Product Movement* (Gerakan OVOP) pertama kali dicetuskan oleh *Morihiko Hiramatsu* saat menjabat sebagai Gubernur Prefektur Oita di timur laut Pulau Kyushu. Masa jabatannya di Oita selama 6 periode (1979-2003) benar-benar digunakan untuk mengentaskan kemiskinan warganya dengan menerapkan konsepsi pembangunan wilayah hasil buah pikirannya itu.

### **2.5.2. Tujuan *One Village One Product***

Untuk menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal, dari sumber daya, yang bersifat unik khas daerah, bernilai tambah tinggi, dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan, memiliki image dan daya saing yang tinggi. Tujuan Pengembangan Produk Unggulan Daerah Melalui Pendekatan OVOP

1. Mengembangkan produk unggulan daerah yang memiliki potensi pemasaran lokal maupun internasional.

2. Mengembangkan dan meningkatkan kualitas serta nilai tambah produk, agar dapat bersaing dengan produk dari luar negeri (impor)
3. Khusus kegiatan OVOP yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UKM dalam mengembangkan OVOP harus melalui Koperasi dan UKM, serta Meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

#### **2.5.3. Kriteria *One Village One Product***

1. Produk unggulan daerah dan/atau produk kompetensi inti daerah
2. Unik khas budaya dan keaslian lokal
3. Berpotensi pasar domestik dan ekspor
2. Bermutu dan berpenampilan baik
3. Diproduksi secara kontinyu dan konsisten

#### **2.5.4. Lingkup Produk *One Village One Product***

1. Produk makanan olahan berbasis hasil pertanian dan perkebunan.
2. Produk aneka minuman dari hasil pengolahan hasil pertanian dan perkebunan.
3. Produk hasil tenun atau konveksi khas masyarakat lokal.

4. Produk kebutuhan rumah tangga termasuk produk dekoratif atau interior.
5. Produk barang seni dan kerajinan termasuk produk cinderamata.
4. Produk herbal dan minyak atsiri khas masyarakat lokal.

#### **2.5.5. Konsep Dasar dan Prinsip-Prinsip Dalam Pelaksanaan *One Village One Product***

Konsep *One Village One Product (OVOP)* adalah suatu gerakan revitalisasi daerah, untuk mengembangkan potensi asli daerah supaya mampu bersaing di tingkat global. OVOP akan disesuaikan dengan kompetensi daerah, di mana akan dipilih produk unggulan yang unik dan khas di daerah tersebut untuk menjadi produk kelas global. Konsep OVOP dalam pelaksanaannya mempunyai tiga prinsip yang harus dimiliki oleh daerah-daerah maupun negara yang akan menerapkan konsep ovop untuk mengembangkan produk-produk unggulan lokal yang dimiliki oleh daerah maupun negaranya, prinsip tersebut diantaranya:

1. Pikiran secara global, kegiatan secara lokal semakin lokal berarti semakin global. Maksudnya, komoditas yang bersifat lokal ternyata bisa menjadi komoditas yang

internasional. Biasanya orang menilai bahwa komoditas lokal tidak mempunyai sifat universal, dan komoditas internasional mempunyai sifat kosmopolitan. Pada nyatanya bukan demikian. Sebaliknya, makin tinggi keaslian dan kekhasan lokal suatu daerah, semakin tinggi pula nilai dan perhatian secara internasional terhadap daerah tersebut. Namun, komoditas lokal itu sendiri harus dipatenkan dan mutunya harus ditingkatkan setinggi mungkin. Dengan usaha ini, komoditas lokal baru bisa mendapat penilaian dunia dan dapat dipasarkan dipasar secara global.

2. Usaha mandiri dengan inisiatif dan kreativitas, pada umumnya, suatu gerakan yang dicanangkan dari tingkat atas sulit dijalankan dan berkelanjutan. Jika memakai uang atau dana swadaya, terpaksa usaha tersebut harus bersungguh-sungguh dalam pelaksanaannya. Apa yang akan dilaksanakan oleh daerah masing-masing diserahkan kepada daerah-daerah tersebut. Penerapan OVOP pada umumnya berdasarkan inisiatif masyarakat lokal, oleh sebab itu banyak yang tidak berhasil. Namun yang penting

adalah keinginan yang berdasarkan inisiatif masyarakat. “satu desa satu produk” merupakan sebuah istilah. Namun secara implementasi satu desa diperkenankan menghasilkan tiga produk, ataupun dapat pula dua desa satu produk. Sedangkan fungsi pemerintah, hanya berfungsi sebagai pembantu secara tidak langsung atau sebagai fasilitator.

3. Perkembangan sumber daya manusia (SDM), artinya suatu daerah yang berhasil, akan selalu mempunyai “*lokal leader*” yang bagus. Jika daerah ingin membuat sesuatu yang bagus dalam skala besar atau nasional, dapat memanfaatkan penanaman modal besar dari luar daerah. Namun, ada pula daerah yang tidak mengikuti cara ini. Daerah tersebut, berusaha memperhatikan sekaligus meningkatkan keaslian dan kekhasan lokal. Masyarakat bergerak dengan inisiatif dan kreativitas mereka sendiri, dengan pertanggungjawaban sendiri. Dengan cara ini, OVOP dapat berjalan dan berkelanjutan. Pemodal besar berkepentingan untuk mencapai hasil dengan cepat, namun mereka juga akan cepat lari jika tidak berhasil.

Anda harus berpikir siapa yang bertanggungjawab terhadap pembangunan daerah setempat.