

Identifikasi Potensi Guna Pengembangan Kluster Industri Kecil Menengah Konveksi di Kab. Gresik

Eko Budi Leksono¹, Elly Ismiyah², dan Siti Musyarofah³

^{1 & 2} Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Gresik
(ekobudileksono@yahoo.com)

³ Program Studi Akuntansi, Universitas Trunojoyo Madura
(s_rofah@yahoo.com)

ABSTRAK

Keberadaan industri kecil menengah (IKM) dan pondok pesantren (PONPES) berbasis industri konveksi di Kabupaten Gresik sangat banyak dan berpotensi dikembangkan dalam rangka menopang perekonomian daerah sehingga diperlukan identifikasi potensi secara *holistic* guna dibuat model pengembangan kluster agar mempermudah pihak-pihak terkait melakukan pengembangan dan pembinaan. Identifikasi potensi dibuat dengan melakukan survey terhadap IKM konveksi dengan kategori : data pemilik/pengelola, identitas usaha, tenaga kerja, vahan baku, keuangan, proses produksi, sosial dan lingkungan serta permasalahan yang dihadapi. Dari data hasil survey akan dijadikan inputan dalam rangka proses *clustering* sehingga terbentuk kelompok-kelompok dengan karakteristik yang sama. Dari hasil survey diketahui bahwa keberadaan IKM dan pondok pesantren berbasis konveksi sangat potensial dikembangkan dalam rangka menopang perekonomian daerah dan menyerap tenaga kerja yang besar. Kelemahannya adalah kurang adanya *networking* diantara mereka serta belum banyak yang mempunyai unit pengelolaan limbah sehingga limbah yang dihasilkan dapat mencemari lingkungan dan berbahaya bagi kesehatan. Dari hasil *clustering* diperoleh 4 (empat) kluster IKM konveksi yang terbentuk, dimana 2 (dua) diantaranya sangat layak untuk dikembangkan pembinaannya lebih lanjut dengan alasan beranggotakan 86,5 % IKM dengan kelompok anggota adalah IKM konveksi yang memproduksi aksesoris pakaian (kluster I) dan sarung tenun ATMB (kluster II). Disamping itu, lokasi dari anggota kedua kluster II masih dalam satu wilayah kecamatan sehingga berpotensi dijadikan sentra industri berwawasan lingkungan.

Kata kunci : IKM konveksi, survey, identifikasi potensi, kluster.

1. PENDAHULUAN

Upaya pembinaan dan pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) dalam program pembangunan nasional dilaksanakan melalui berbagai kebijakan karena sektor ini berpotensi menjadi unsur kekuatan ekonomi yang andal, mandiri dan maju serta mampu berperan dalam menciptakan kesempatan usaha dan lapangan kerja. Beberapa permasalahan yang sering dijumpai dalam rangka pengembangan IKM antara lain belum adanya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik, lemahnya akses ke lembaga keuangan karena kesulitan pembuatan kelayakan bisnis, perencanaan bisnis yang lemah, akses ke teknologi modern kurang, kesulitan memperoleh bahan baku yang berkualitas, kualitas produk yang dihasilkan belum seragam/standart [1]. Beberapa pihak sangat berperan dalam membantu mencari solusi pemecahan permasalahan industri kecil dan menengah, seperti : pemerintah melalui instansi-instansi terkaitnya, BUMN, BUMS, Lembaga Swadaya Masyarakat, Perguruan Tinggi dan pihak-pihak lain yang berkepentingan terhadap eksistensi isektor ini.

Di Kabupaten Gresik, Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perindustrian dan Perdagangan

Kab. Gresik selama ini telah melakukan pembinaan langsung berupa bantuan terhadap koperasi maupun industri maupun usaha mikro, kecil dan menengah. Pada tahun 2012 jumlah penerima kredit usaha kecil sebanyak 721 dengan nilai Rp. 36,603 milyar dan meningkat menjadi Rp. 40,531 milyar pada tahun 2013 [2]. Hal ini menunjukkan besarnya perhatian pemerintah kabupaten terhadap keberadaan sektor ini. Sektor ini diyakini menjadi salah satu faktor dalam peningkatan PDRB kabupeten dari Rp. 50,185 juta (2012) menjadi Rp. 57,209 juta (2013). Disamping instansi pemerintah terkait, BUMN maupun BUMS di Gresik juga memberikan pembinaan dan bantuan terhadap UMKM dan IKM. Salah satu kekurangan dari pembinaan yang sudah dilakukan sejauh ini belum dilakukan evaluasi menyeluruh atas keberhasilan model pembinaan sehingga implementasi kebijakan yang telah dilakukan belum 100% bisa dikatakan berhasil.

Tabel 1. Demografi Koperasi dan Industri Kecil Menengah (IKM) di Kab. Gresik

Klasifikasi	Jumlah (unit)		Anggota/Tenaga kerja (orang)	
	2012	2013	2012	2013
Koperasi	965	1.172	121.927	123.299
IKM makanan & minuman	257	375	2.450	2.450
IKM logam & logam mulia	136	153	997	1.199
IKM anyaman, gerabah & keramik	1.974	1.975	3.850	3.850
IKM tekstil & konveksi	74	206	684	2.238
IKM kulit & kayu	64	67	183	200

Sumber : BAPPEDA Gresik, 2014.

Dari tabel 1, IKM sektor tekstil dan konveksi mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga sepatutnyalah sektor ini memperoleh perhatian dari semua pihak karena dapat menyerap tenaga kerja yang besar yang arahnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sektor ini secara umum memproduksi baju pria dan wanita, baju anak-anak, busana muslim pria dan wanita, busana muslim anak-anak, kaos, celana, aksesoris pakaian (kerudung, jilbab, selendang, dll), dan sarung [3]. Dari 74 IKM tekstil dan konveksi terdapat 16 PONPES yang memproduksi konveksi dalam rangka memberdayakan para santrinya sekaligus memberikan ketrampilan wirausaha

Dari deskripsi diatas perlu dirancang identifikasi potensi IKM dan PONPES berbasis konveksi dalam rangka menggali potensinya guna dirancang pembentukan kluster-kluster dalam rangka mempermudah pemetaan dan pembinaan yang selanjutnya dapat dibuat strategi pengembangannya agar tercipta IKM konveksi yang adaptif, tangguh, mandiri dan berdaya saing di Gresik.

2. STUDI PUSTAKA

2.1 Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan peranannya

Klasifikasi usaha kedalam usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah "Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang". UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memperjelas perbedaan skala usaha adalah:

1. *Usaha Mikro* dikategorikan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,- tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,-
2. *Usaha Kecil* dikategorikan memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,- sampai dengan Rp.500.000.000, tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,-

3. *Usaha Menengah* dikategorikan memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,- sampai dengan Rp.10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,-

Peran UMKM yang menonjol adalah dalam hal :

- 1) penyerapan tenaga kerja, 2) penanggulangan kemiskinan, 3) pelaku pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, dan 4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi. Berry mengemukakan bahwa setidaknya terdapat tiga alasan bagi negara berkembang memandang penting keberadaan UMKM, yaitu: 1) kinerja cenderung baik dalam menghasilkan tenaga kerja produktif, 2) Capaian produktivitas melalui investasi dan perubahan teknologi, 3) Fleksibilitas [4].

2.2 Peluang dan Tantangan Dunia Usaha di Daerah

Dengan otonomi daerah, dunia usaha di daerah akan menghadapi suatu perubahan besar yang berpengaruh terhadap iklim berusaha/persaingan di daerah dimana setiap pelaku bisnis dituntut untuk beradaptasi. Disatu sisi, perubahan itu akan memberi kebebasan sepenuhnya untuk menentukan kegiatan ekonomi yang akan dikembangkan dan disisi lain, jika tidak ada kesiapan maka akan menimbulkan ancaman tidak dapat bertahan menghadapi persaingan dari luar daerah atau bahkan luar negeri [5].

Dengan pemberlakuan otonomi daerah, secara umum pengusaha di daerah akan melakukan hal-hal berikut [6] :

1. Bekerja dengan biaya lebih murah dan mudah karena tidak perlu berurusan banyak dengan birokrasi.
2. Tata niaga nasional pasti tidak ada lagi, dengan syarat Pemda tidak membuat aturan-aturan tata niaga lokal yang menimbulkan sekat-sekat baru.
3. Mengurangi persaingan dengan perusahaan besar dengan lobi pusat.
4. Kebijakan ekonomi yang sesuai dengan kelebihan daerah masing-masing Pemda dan pengusaha setempat untuk pertumbuhan yang lebih baik.

Tantangan yang dihadapi setiap pelaku bisnis di daerah dalam era perdagangan bebas adalah kemampuan bersaing agar dapat lebih unggul terhadap pesaingnya. Lebih konkrit lagi, ada empat tantangan besar di masa depan, yaitu tantangan untuk:

1. Meningkatkan kualitas dan mutu produk.
2. Menembus pasar baru atau meningkatkan pangsa pasar atau paling tidak mempertahankannya (strategi jangka pendek).
3. Menciptakan kegiatan baru yang produktif dengan daya saing yang tinggi, dan
4. Mengembangkan usaha (perusahaan) tanpa merugikan efisiensi usaha.

2.3 Klaster Industri

Klaster merupakan konsentrasi geografis perusahaan dan institusi yang saling berhubungan pada sektor tertentu [7]. Klaster juga didefinisikan sebagai grup perusahaan yang berkumpul pada satu lokasi dan bekerja pada sektor yang sama [8] atau definisi lain klaster sebagai perusahaan-perusahaan yang sejenis/sama atau yang saling berkaitan, berkumpul dalam suatu batasan geografis tertentu [9].

Pendekatan klaster menjadi strategis mengingat klaster bermanfaat baik bagi klaster itu sendiri maupun bagi ekonomi wilayah. Pengembangan klaster juga menjadi salah satu alternatif untuk percepatan pengembangan IKM karena klaster merupakan *aglomerasi* ekonomi yang melibatkan pelaku dari hulu ke hilir, sehingga memungkinkan penggabungan skala usaha antar pelaku IKM, dan karenanya dapat mengeliminasi beberapa kelemahan IKM, terutama di bidang produksi dan pemasaran. Disamping itu, pengembangan klaster berbasis masyarakat mendorong terwujudnya kemakmuran dan kestabilan ekonomi suatu wilayah (daerah) karena dalam klaster tidak ada dominasi pelaku, setiap bagian dalam klaster merupakan kesatuan unit usaha dinamis. Sehingga ketika klaster berkembang, tidak terjadi ada pelaku yang menang dan kalah yang dapat menimbulkan gap atau kesenjangan sosial yang memicu ketidakstabilan.

Terdapat 4 (empat) faktor penentu penumbuhkembangan klaster yang dikenal dengan nama *diamond model* [7] : 1). input (sumber daya manusia, modal, infrastruktur fisik, infrastruktur informasi, infrastruktur IPTEK, infrastruktur administrasi dan sumber daya alam), 2). kondisi permintaan (*sophisticated and demanding local customer*), 3). industri pendukung dan terkait), 4). strategi perusahaan dan pesaing.

Klaster IKM yang berbasis pada komunitas publik memiliki manfaat baik bagi mereka, diantaranya :

1. Lokalisasi ekonomi. Melalui klaster, dengan memanfaatkan kedekatan lokasi maka IKM dapat menggunakan input (informasi, teknologi atau layanan jasa) yang sama sehingga dapat

menekan biaya perolehan dalam penggunaan suatu jasa.

2. Pemusatan tenaga kerja. Klaster akan menarik tenaga kerja dengan berbagai keahlian yang dibutuhkan klaster tersebut, sehingga memudahkan pelaku klaster untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerjanya dan mengurangi biaya pencarian tenaga kerja.
3. Akses pertukaran informasi dan patokan kinerja. IKM yang tergabung dalam klaster dapat dengan mudah memonitor dan bertukar informasi mengenai kinerja supplier dan nasabah potensial. Dorongan untuk inovasi dan teknologi akan berdampak pada peningkatan produktivitas dan perbaikan produk
4. Produk komplemen. Karena kedekatan lokasi, produk dari satu pelaku klaster dapat memiliki dampak penting bagi aktivitas usaha IKM yang lain. Disamping itu kegiatan usaha yang saling melengkapi ini dapat bergabung dalam pemasaran bersama

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada tahun 2012 dengan metode survey dengan menyebarkan kuisioner terhadap 74 IKM dan pondok pesantren (PONPES) yang bergerak dibidang konveksi. Desain kuisioner terdiri atas 8 kategori utama yang harus diisi oleh pengelola industri konveksi, yaitu : 1) Identitas Pemilik, 2) Identitas Usaha, 3) *Human Capital*, 4) *Natural Capital*, 5) *Financial Capital*, 6) *Production Process*, 7) *Social Capital*, dan 8) Permasalahan yang dihadapi. Setiap kategori terdiri dari beberapa pertanyaan yang masing-masing disertai dengan pilihan jawaban.

Dari 74 populasi penelitian, maka didapat 57 kuisioner yang dikembalikan (proporsi 89,5%) yang terdiri dari 51 industri kecil menengah konveksi dan 6 pondok pesantren berbasis industri konveksi. Dari 57 kuisioner yang terisi diperoleh 52 kuisioner yang diisi dengan lengkap dan benar (proporsi 91,2%) yang selanjutnya dijadikan data penelitian.

Langkah-langkah penelitian yang dilakukan : 1). Penyebaran kuisioner, 2). Identifikasi profil IKM dan pondok pesantren berbasis industri konveksi, 3). Rancangan kluster dengan menggunakan bantuan SPSS versi 15, 4). Interpretasi hasil penelitian

4. HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Industri Kecil Menengah dan Pondok Pesantren Berbasis Industri Konveksi

Berdasarkan hasil pengisian kuisioner, maka secara singkat profil IKM dan PONPES berbasis industri konveksi di Kabupaten Gresik adalah:

1. Identitas Pemilik / Pengelola
 - Jenis Kelamin : Diketahui 54 % IKM dikelola laki-laki dan 46 % oleh wanita

- sehingga masalah gender tidak berpengaruh terhadap eksistensi usaha.
- Usia : Pengelola masih didominasi usia 36-50 tahun (63,5%). Sedikit sekali usia muda dan produktif 20 – 35 tahun yang menjadi wirausahawan, hanya 9,6%.
 - Pendidikan : Tingkat pendidikan pengelola sebagian besar lulusan SD/SMP (36,5%) dan SMA/ sederajat (36,5%).
 - Fokus Usaha : Diketahui 71,2 % merupakan usaha utama dan sisanya menganggap usaha sampingan.
2. *Identitas Usaha*
- Basis usaha : Usaha konveksi perseorangan sebanyak 94,2 % dan sisanya dimiliki pondok pesantren.
 - Lama usaha : Sebagian terbesar lebih dari 15 tahun, sehingga berpengalaman dan memahami seluk beluk usaha konveksi. Usaha yang kurang dari 5 tahun sebesar 28,8 % yang menandakan bahwa usaha konveksi banyak diminati dan dianggap potensial untuk dikembangkan di Gresik
 - Ijin usaha : Sebanyak 44,2 % memiliki ijin usaha, sedangkan sisanya tidak memiliki atau ijinnya kadaluarsa.
 - Adanya pembinaan dari pihak lain : Sebanyak 55,8 % pernah atau sedang mendapat pembinaan dari pihak lain (instansi pemerintah, BUMN/BUMS, atau yang lain), sedangkan sisanya belum pernah.
3. *Human Capital* (Tenaga Kerja)
- Jumlah tenaga kerja : Sebanyak 11,5% mempunyai tenaga kerja < 5 orang, 30,8 % memiliki tenaga kerja 6 – 15 orang, 19,2 % memiliki tenaga kerja 16 – 30 orang dan 38,5 % usaha konveksi mempunyai tenaga kerja lebih dari 30 orang.
 - Kualifikasi pendidikan tenaga kerja : Kualifikasi pendidikan tenaga sebanyak 46,2 % lulusan SD/SMP dan 53,8 % lulusan SMA/ sederajat.
 - Rerata upah per bulan : Hampir semua usaha konveksi (96,2%) memberikan upah per dibawah Upah Minimum Kabupaten (UMK), atau dibawah Rp. 2.000.000,- per bulan
 - Adanya kontrak tertulis : Hanya 5,8 % usaha konveksi mempunyai kontrak kerja tertulis dengan tenaga kerjanya. Hal ini dapat diartikan bahwa usaha konveksi belum memperhatikan adanya kontrak kerja sehingga *labour turn over* ahli/berpengalaman sangat tinggi karena tenaga kerja akan mencari usaha konveksi yang dapat membayar lebih tinggi.
4. *Natural Capital* (Bahan Baku)
- Hampir semua usaha konveksi di Gresik menggunakan bahan baku kain (untuk produk busana dan aksesoris pakaian) dan benang
- (untuk produk sarung). Bahan baku diambil dari supplier yang ada Surabaya secara transaksional, dalam arti ketika membutuhkan langsung dibayar dengan kontan.
5. *Financial Capital* (Keuangan & Akuntansi)
- Modal : Sebanyak 1,9 % termasuk kategori industri mikro dengan modal kurang dari Rp. 5.000.000, sebanyak 73,1 % kategori industri kecil dengan modal antara Rp. 5.000.000 – Rp. 200.000.000, sebanyak 23,1 % kategori menengah dengan modal antara Rp. 200.000.000 – Rp. 1 milyar dan hanya 1,9 % industri konveksi kategori usaha besar dengan modal diatas Rp. 1 milyar.
 - Rerata hasil penjualan per bulan : Sebagian besar (76,9 %) i memperoleh hasil penjualan kurang dari Rp. 50.000.000,- per bulan yang berarti masuk dalam kategori industri kecil dan 23,15 % memperoleh penjualan antara Rp. 50.000.000 – Rp. 200.000.000.
 - Bantuan / hibah keuangan : Sebanyak 23,1 % pernah diberi hibah/bantuan keuangan oleh pihak lain (instansi pemerintah, BUMN/BUMS, dan lainnya).
 - Adanya pembukuan dan laporan keuangan : Sebanyak 23,1 % sudah melakukan administrasi keuangan dengan baik yang meliputi pembukuan dan laporan keuangan, sedangkan 76,9 % belum melaksanakan.
6. *Production Capital* (Produksi)
- Sifat aliran produksi : Sebanyak 86,5 % melakukan produksi secara kontinyu dan *mass production*, sedangkan 9,6 % bersifat *job order*.
 - Jenis output : Sebanyak 94,2 % menghasilkan produk jadi, 3,9 % menghasilkan barang setengah jadi atau jadi, dan 1,9 % menghasilkan barang setengah jadi.
 - Tipe tata letak fasilitas produksi : Sebanyak 42,3 % mengatur tata letak fasilitas produksinya berdasarkan aliran produksi yang artinya produknya berjalan terus menerus untuk 1 (satu) jenis produk saja, sebanyak 38,5 % mengatur tata letak fasilitas produksinya berdasarkan fungsi/macam proses yang artinya penempatannya berdasarkan jenis mesin/fasilitas yang dipunyai yang menunjukkan produk yang dibuat dapat lebih bervariasi meskipun menggunakan fasilitas produksi yang sama, sebanyak 13,5% mengatur tata letak fasilitas produksinya berdasarkan kelompok produk yang dibuat artinya menempatkan fasilitas produksinya berdasarkan jenis produk yang dibuat dan sebanyak 5,7% mengatur tata letak fasilitas produksinya berdasarkan lokasi material tetap yang artinya

- menempatkan fasilitas produksinya berdasarkan lokasi produk yang akan dibuat.
- Jenis peralatan produksi : Sebanyak 76,9 % sudah menggunakan mesin/fasilitas produksi yang bersifat semi otomatis, sedangkan 23,1 % masih menggunakan mesin/peralatan produksi yang bersifat manual.

7. *Social Capital* (Sosial & Lingkungan)

- Daerah pemasaran : Daerah pemasaran produk konveksi dari Gresik skala Jawa Timur 40,4%, skala nasional 48,1%, dan ekspor hanya 5,8%.
- Keikutsertaan dalam sentra industri : Sebanyak 17,3 % sudah tergabung dalam sentra industri, sedangkan 82,7 % belum.
- Keikutsertaan dalam pameran : sebanyak 57,7 % pernah mengikuti pameran minimal di tingkat kabupaten, sedangkan 42,3 % belum pernah mengikuti pameran dimanapun.
- Adanya merek dagang : Sebanyak 46,2 % sudah memiliki merek dagang (*trade mark*), sedangkan 53,8 % belum mempunyai merek dagang.
- Adanya unit pengelola limbah : Sebanyak 26,9 % sudah memiliki unit pengelola limbah, sedangkan 73,1 % usaha belum memiliki.
- Adanya mitra kerjasama : Sebanyak 36,5 % memiliki mitra kerjasama dengan pemasok dan atau konsumen, sedangkan 63,5 % usaha belum memiliki mitra kerjasama.

4.2 Analisis Kluster

Clustering dimulai dengan melakukan pengelompokan untuk masing-masing kategori (kecuali kategori identitas pemilik dan permasalahan yang dihadapi) kemudian hasil dari pengelompokan untuk setiap kategori dijadikan dasar untuk melakukan pengelompokan akhir IKM dan PONPES berbasis industri konveksi.

Hasil dari *clustering* dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Identifikasi potensi berdasarkan kategori
 - a. Identitas usaha : Sebanyak 82,8 % memproduksi aksesoris pakaian (kerudung, jilbab, selendang, mukena) dan sarung, sedangkan sisanya sebanyak 17,2 % memproduksi busana muslim, pakaian dan kaos. Dari penyebaran lokasi usaha diketahui sebanyak 38,5 % berada di Kecamatan Cerme dengan produk yang dihasilkan adalah sarung. Hal ini dapat dijadikan sebagai potensi untuk pengembangan sentra industri terpadu di kecamatan cerme dengan produk unggulannya adalah sarung.
 - b. *Human capital* : Sebanyak 90 % mempunyai karakteristik tenaga kerja yang sama, antara

lain : banyak tenaga kerja wanita, menganggap pekerjaannya adalah sampingan, perekrutan bersifat kekeluargaan, berasal dari desa yang sama dengan lokasi industri/pondok pesantren berada serta tidak ada kontrak kerja yang mengikat.

- c. *Natural capital* : Sebanyak 69,2 % mempunyai karakteristik bahan baku yang sama, dimana bahan baku diambil dari Surabaya dan tidak menggunakan pemasok yang tetap.
- d. *Financcal capital* : Sebanyak 76,9 % belum pernah menerima hibah/bantuan keuangan dari pihak manapun dan belum melaksanakan administrasi keuangan dengan tertib. Kelompok ini sangat potensial untuk dikembangkan jika ada pihak lain memberikan bantuan keuangan untuk memperbesar modal kerja.
- e. *Production process* (proses produksi) : Terdapat 3 (tiga) kelompok besar dengan karakteristik berikut : 1). Kelompok I sebanyak 48,1 % memiliki karakteristik : penempatan fasilitas produksi berdasarkan aliran produksi, fasilitas produksi semi otomatis, harga jual per unit produk dibawah Rp. 50.000,- per unit. Dari karakteristik diatas dapat disimpulkan bahwa anggota kluster ini memiliki sifat *mass production* dan terus menerus dengan jenis produk sejenis. Kelemahan anggota kluster ini adalah tidak fleksibel jika ada permintaan produk konveksi jenis yang lain ; 2). Kelompok II sebanyak 17,3 % memiliki karakteristik : penempatan fasilitas produksi berdasarkan fungsi/proses, artinya sifat produksinya bersifat *job order* atau sesuai pesanan konsumen. Dari kareakteristik ini dapat disimpulkan bahwa anggota kelompok pada kluster ini bersifat fleksibel dalam memproduksi produk ; 3). Kelompok III sebanyak 34,6 % memiliki karakteristik : penempatan fasilitas produksi berdasarkan fungsi/proses, harga jual antara Rp.100.000, - s/d Rp. 500.000,- per unit. Dari karakteristik dini dapat disimpulkan bahwa anggota kluster ini termasuk industri menengah dengan produksi yang bersifat *job order*. Sasaran konsumen produk adalah kelas menengah atas.
- f. *Social capital*: Sebanyak 73,1 % tidak mempunyai unit pengolah limbah sehingga dikatakan kurang ramah terhadap lingkungan. Disamping itu, pada kluster ini didapat 2 (dua) kelompok besar dengan karakteristik berikut : 1). Kelompok I sebanyak 55,8 % (memiliki karakteristik : memasarkan produknya dalam skala provinsi terutama di Surabaya serta belum

- pernah ikut pameran ; 2). Kluster II sebanyak 44,2 % memiliki karakteristik : daerah pemasaran produk sudah skala nasional, bahkan internasional (orientasi export) serta sering mengikuti pameran nasional, bahkan ada beberapa yang pernah ikut pameran skala internasional.
- Identifikasi potensi secara keseluruhan

Berdasarkan analisis kluster dengan memperhatikan semua kategori maka didapat 4 (empat) kluster dengan karakteristik masing-masing yang berbeda. Anggota setiap kluster masing-masing sebagai berikut : kluster I beranggota 51,9 %, kluster II beranggota 34,6 %, kluster III beranggota 5,8 % dan kluster IV beranggota 7,7 % industri kecil menengah dan pondok pesantren berbasis industri konveksi.
 - Dari hasil pengolahan diketahui bahwa kluster yang dominan adalah kluster I dan kluster II dimana pada kluster I, semua anggota kluster memproduksi aksesoris pakaian (jilbab, kerudung, selendang dan mukena) dan sebagian besar berada di wilayah Kecamatan Dukun, Bungah, Manyar dan Gresik. Sedangkan pada kluster II, semua anggota kluster memproduksi sarung tenun dengan ATBM (alat tenun bukan mesin) dan semua anggota kluster berada pada satu wilayah, yaitu Kecamatan Cerme.

5. PENUTUP

1. Identifikasi potensi IKM dan PONPES berbasis industri konveksi adalah sebagai berikut :
 - Pemilik/pengelola usaha : Sektor ini bisa dikelola oleh usia produktif sehingga bisa dijadikan model dalam rangka menumbuhkembangkan jiwa wirausaha di kalangan pemuda karena sangat potensial dan menjanjikan untuk memperoleh pendapatan yang relatif besar
 - Identitas usaha : Pondok pesantren yang bergerak pada sektor ini menjadikan usahanya sebagai sarana melatih santrinya untuk memperoleh ketrampilan sekaligus sebagai unit bisnis yang menghasilkan keuntungan. Hal ini dapat dijadikan model bagi pondok pesantren lain. Disamping itu, pemerintah daerah melalui instansi terkaitnya bisa membantu untuk mempermudah proses pengurusan dan atau perpanjangan ijin usaha dalam rangka penguatan kelembagaan dan legalitas usaha guna mempermudah akses terhadap pembinaan maupun bantuan yang sering diberikan oleh pihak lain
 - Tenaga kerja : Sektor ini banyak menyerap tenaga kerja yang murah (dibawah UMK) karena sebagian besar berkualifikasi rendah (SD/SMP) dan jarang ada kontrak tertulis antara pemberi kerja dengan mereka. Jika
- dinilai subjektif, kondisi ini lebih menguntungkan bagi pelaku usaha karena risiko yang dihadapi yang berhubungan dengan tenaga kerja cenderung kecil, sehingga sektor ini merupakan sektor usaha yang potensial untuk dijadikan usaha yang menguntungkan. Akan tetapi dengan kondisi tersebut semua pihak harus ikut berperan serta merubah kondisi dengan upaya peningkatan kualifikasi dan kompetensi tenaga kerja secara berkesinambungan dengan melakukan pelatihan-pelatihan, perlindungan hukum agar hak mereka terpenuhi serta menjamin kesejahteraan mereka dengan memerikan upah yang layak yang besarnya sesuai dengan UMK.
- Bahan Baku : Hampir semua IKM konveksi di Gresik menggunakan bahan baku yang diambil dari supplier yang ada Surabaya dengan pembayaran kontan. Hal ini sebenarnya dapat dijadikan potensi untuk mengembangkan usaha penyedia bahan baku di Gresik sehingga para pengusaha tidak perlu ke Surabaya.
 - Keuangan : Banyak IKM konveksi di Gresik masih membutuhkan suntikan modal kerja dalam rangka pengembangan usaha. Dengan potensi perolehan keuntungan yang besar pada sektor ini maka kondisi ini memberikan peluang bank-bank atau lembaga keuangan lainnya untuk memberikan kredit lunak bagi mereka. Kelemahannya adalah bahwa banyak diantara pelaku usaha belum ada ijin usaha, belum melakukan administrasi keuangan yang baik dan g belum taat pajak, sehingga dari segi legalitas sebagai penerima kredit agak menyulitkan posisi mereka.
 - Proses produksi : Sebagian besar memproduksi produk jadi dalam jumlah banyak dan bersifat kontinyu dengan peralatan semi otomatis serta fleksibel dalam menerima order dalam jumlah besar sesuai dengan keinginan konsumen.
 - Sosial dan lingkungan : Kurang adanya kerjasama antara IKM dan pondok pesantren berbasis konveksi maupun dengan pihak-pihak lain dapat menyebabkan arus informasi dari pasar terhadap produk konveksi tidak lancar serta memiliki bargaining power rendah. Disamping itu, pengelolaan limbah hasil produksi yang mengandung bahan kimi kurang begitu diperhatikan oleh sebagian IKM sehingga berpotensi merusak lingkungan dan kesehatan. Dari deksripsi ini maka pihak-pihak terkait seperti pemerintah, BUMN, LSM, perguruan tinggi diharapkan dapat menjadi mediator

- dalam membentuk wadah-wadah kerjasama dan *information sharing* serta melakukan pembinaan sehingga terbentuk IKM konveksi yang mempunyai *bargaining power* kuat yang ramah terhadap lingkungan.
2. Secara umum, potensi IKM dan PONPES berbasis industri yang memproduksi konveksi di Kabupaten Gresik terbagi menjadi 4 (empat) kluster. Dari 4 (empat) kluster, yang dominan hanya 2 (dua) kluster, dimana kedua kluster ini beranggotakan 86,5 % IKM dan pesantren berbasis industri konveksi yang dijadikan objek penelitian. Karakteristik kedua kluster sebagai berikut :
 - a. Kluster pertama sebanyak 51,9 % memproduksi aksesoris pakaian yang meliputi : jilbab, kerudung, selendang dan mukena. Sebagian besar anggota kluster ini berada di wilayah Kecamatan Dukun, Bungah, Manyar dan Gresik.
 - b. Kluster kedua II sebanyak 34,6 % memproduksi sarung tenun dengan ATBM (alat tenun bukan mesin) dan berada pada satu wilayah, yaitu Kecamatan Cerme.
 3. Untuk penelitian lanjutan, diperlukan rancangan strategi pengembangan dari setiap kluster yang terbentuk, terutama kluster aksesoris pakaian dan sarung tenun karena kedua kluster ini sangat potensial untuk dikembangkan menjadi unggulan guna mensupport daerah Gresik yang terkenal dengan istilah kota santri. Untuk peneliti lain, penelitian ini dapat diperluas tidak hanya di bidang industri konveksi saja, tetapi juga bidang-bidang ekonomi kreatif yang lain seperti industri kecil bidang kelautan dan perikanan, makanan dan lingkungan, atau bahkan koperasi yang banyak berada di Kabupaten Gresik.
 4. Artikel publikasi ini merupakan rangkuman sebagian dari Laporan Penelitian Hibah Bersaing yang dibiayai KOPERTIS wilayah VII Jawa Timur,, Kementerian Pendidikan Nasional sesuai dengan Surat Perjanjian No. 0058/SP2H/PP/K7/KL/II/2012 tanggal 9 Pebruari 2012.
- [4]. Wahyudi, Hidayat. *UKM dan Upaya Mengatasi Pengangguran*, Warta Demografi Tahun 34 No.1, hal : 31-37, 2004.
 - [5]. Tambunan, Tulus. *Usaha Kecil Menengah di Indonesia : Beberapa Isu Penting*, PT. Salemba Empat, Jakarta, 2002.
 - [6]. Kaswara, E. *Otonomi Daerah yang Berorientasi Kepada Kepentingan Rakyat*, Makalah Seminar Kadin dengan Para Pengusaha Seluruh Indonesia, Jakarta, 1999.
 - [7]. Porter, Michael E. *Clusters and The new economics of competition*. Harvard Business Review. Boston. Nov/Dec, 1998.
 - [8]. Schmitz, H. And K. Nadvi. *Clustering and Industrialization: An Introduction*, World Development 27, no.9, pp. 1503 – 1514, 1999.
 - [9]. Enright, M.J. *Why Local Cluster are The Way To Win The Game*, World Link, 5, July/August, 1992.
 - [10]. Ishak, Muhammad. *Analisis Alternatif Kebijakan Pemberdayaan UMKM*, Jurnal Politik dan Kebijakan INOVASI (Terakreditasi LIPI), Vol. 7 No. 4, Desember 2010, hal. 264 – 269, Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara, Medan, 2010.
 - [11]. Kuncoro, Mudrajad. *Ekonomi Pembangunan, Teori, Masalah dan Kebijakan*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN, 2000.
 - [12]. Leksono, Eko Budi (2011). *Model Identifikasi Potensi dan Pola Pengembangan Industri Kecil*, Jurnal Politik dan Kebijakan INOVASI (Terakreditasi LIPI), Vo, 8 No. 1, Maret 2011, hal. 55 – 62, Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara, Medan, 2011.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Kuncoro, Mudrajad. *Pengembangan Industri Pedesaan Melalui Koperasi dan Usaha Kecil : Studi Kasus di Kalimantan Timur*, Analisis CSIS, XXVI, no. 1, 1997
- [2]. BAPPEDA Gresik. *Isian Pemberian Anugerah Baksyacaraka 2014*, Gresik, 2014.
- [3]. Leksono, Eko Budi. Ismiyah, Elly. Musyarofah, Siti. *Identifikasi Potensi dan Model Pengembangan Sentra Industri Kecil dan Pesantren Berbasis Industri Konveksi di Kab. Gresik*, Laporan Penelitian Hibah Bersaing, Univ. Muhammadiyah Gresik, 2014.