

KAJIAN RANTAI NILAI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN BANTUL STUDI KASUS : DUSUN KREBET, DESA SENDANGSARI, KECAMATAN PAJANGAN.

Laili Fuji Widyawati
Jurusan Teknik Planologi, Universitas Esa Unggul
Jln. Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510
lailifujiwidyawati@esaunggul.ac.id

Abstrak

UMKM merupakan salah satu tulang punggung yang menggerakkan perekonomian bangsa, kontribusinya terhadap PDRB dan penyerapan tenaga kerja mengindikasikan bahwa pengembangan UMKM merupakan bentuk pengembangan ekonomi lokal (PEL). Dalam perkembangannya, produsen industri kecil mengalami berbagai kendala yang mengakibatkan posisi tawar produsen yang rendah. Implikasinya adalah produsen cenderung sebagai penerima harga dan mendapatkan distribusi keuntungan yang tidak adil. Hal ini akan berakibat pada rendahnya tingkat kesejahteraan penduduk lokal dan perkembangan wilayahnya yang cenderung rendah, sehingga tidak mampu bersaing dengan wilayah sekitar yang berdampak tidak langsung pada isu ketimpangan wilayah. Penelitian ini mengambil wilayah studi di Sentra Industri Kerajinan Batik Kayu di Dusun Krebet, Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul dengan responden 24 informan yaitu pemilik sanggar. Temuan studi menyatakan bahwa bentuk saluran pemasaran batik kayu Krebet adalah tidak langsung, margin pemasaran dinilai besar dengan gap antara harga jual produsen dan harga beli konsumen hingga mencapai 50x lipat, informasi yang belum transparan, kemandirian produsen yang rendah teserta lemahnya kapasitas individu dan organisasi lokal. Hal ini mengindikasikan lemahnya posisi tawar produsen dibanding aktor lain, akibatnya keuntungan justru dinikmati pihak non produsen.

Kata Kunci : Pembangunan Berbasis Keadilan, Pengembangan Ekonomi Lokal, dan Rantai Nilai.

Pendahuluan

Angka PDRB Bantul dinilai terus meningkat sebesar 36,5% dari tahun 2004-2008, perkembangan yang baik tersebut ternyata masih tertinggal dengan Kota Yogyakarta yang memiliki gap sebesar Rp 13.310.000 di tahun 2008. Selain itu peringkat Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang tinggi di Kota Yogyakarta yaitu peringkat 2 berbeda dengan Bantul yang masuk kedalam peringkat 106 dengan prosentase penduduk miskin sebesar 18,54%. Berbagai fakta tersebut menjelaskan fenomena ketimpangan wilayah dan mengindikasikan bahwa Bantul yang didominasi lahan pertanian dinilai belum cukup mampu bersaing dengan wilayah sekitarnya. Mengatasi hal tersebut, dibutuhkan kebijakan yang memihak masyarakat dengan mengandalkan potensi lokal yang dimiliki melalui pembangunan yang diperuntukkan untuk masyarakat yang bukan hanya sebagai obyek namun juga sebagai subyek pembangunan guna mencapai tingkat kesejahteraan lebih baik.

Pengembangan UMKM merupakan salah satu bentuk pengembangan ekonomi lokal. Namun, dalam perkembangannya, usaha kecil dan

menengah mengalami banyak kendala yang mengakibatkan posisi tawar produsen yang rendah. Akibatnya adalah ketimpangan pendapatan dan margin pemasaran yang cukup besar. Rendahnya posisi tawar yang berakibat pada margin yang timpang, mengindikasikan belum diterapkannya prinsip kompetisi yang adil, yaitu perdagangan yang menekankan pembayaran yang adil dan mampu membangun kemandirian produsen dengan hubungan antar aktor yang terbuka, adil dan konsisten. Berangkat dari fenomena yang ada, maka studi ini akan fokus pada mata rantai pemasaran komoditas kerajinan guna penyusunan rekomendasi mata rantai pemasaran yang adil. Sehingga pertanyaan penelitian yang kemudian muncul adalah sebagai berikut: *Bagaimanakah Model Rantai Nilai Pemasaran yang adil pada Studi Kasus Sentra Industri Kerajinan Batik Kayu Krebet, Bantul?*

Metode Penelitian

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka studi ini menggunakan pendekatan campuran (*mix method*) dan mengambil studi kasus di Sentra Batik Kayu Krebet, Desa Sendangsari, Kecamatan

Pajangan, Kabupaten Bantul. Sentra tersebut memiliki struktur unit usaha didominasi oleh industri kecil dan rumah tangga yang cenderung bersifat informal. Sasaran yang dilakukan adalah melakukan kajian literatur mengenai Pengembangan wilayah, pengembangan ekonomi lokal, rantai nilai (*value chain*), klaster dan keadilan (*equity*). Kemudian dilanjutkan dengan kajian awal wilayah studi dan analisis rantai pemasaran, transparansi usaha, kebijakan, kapabilitas usaha guna menghasilkan temuan studi sebagai referensi dalam penyusunan rekomendasi.

Pembahasan

Saat ini banyak negara mengadopsi teori pertumbuhan neoklasik yang dikembangkan oleh Robert M.Solow (1979) dan T.W.Swan (1956). Unsur pertumbuhan penduduk menurut mereka adalah pertumbuhan penduduk, modal dan teknologi. Kebijakan umum hasil adopsi teori ini adalah pasar bebas sehingga menggiatkan para pengusaha untuk mencapai tingkat efisiensi tertinggi untuk menguasai pasar, hasil yang diutamakan adalah produktivitas usaha guna kesejahteraan ekonomi. Akibatnya adalah para pengusaha kecil akan kalah dengan para pemodal besar yang menguasai teknologi untuk efisiensi dan menguasai jaringan pasar untuk pemasaran. Angka kesejahteraan meningkat namun diiringi dengan ketidakmerataan keuntungan dan pendapatan yang kemudian menghasilkan gap yang besar.

Kritik terhadap kebijakan pertumbuhan ekonomi tersebut adalah ketimpangan wilayah dan dampak negatif terhadap lingkungan dan struktur sosial yang mengancam keberlanjutan lingkungan. Untuk mengatasinya, dibutuhkan penggalian akar permasalahannya. Menurut Sugiri (2009) akar dari ketidakmerataan ekonomi dan kemiskinan adalah tiadanya keadilan. Hal ini juga didukung oleh studi yang dilakukan oleh Pieters (2001) yang menghasilkan dua posisi ekstrem ketika membahas mengenai pertumbuhan wilayah dan keadilan, yaitu menolak pertumbuhan atau menekankan keadilan tanpa pertumbuhan.

Sehingga studi ini mengkombinasikan pembangunan berbasis keadilan dan pembangunan ekonomi lokal Melalui pendekatan rantai nilai dan pendekatan keadilan maka akan mampu teruraikan penerapan keadilan pada aktor yang terlibat, peran, distribusi keuntungan, kesempatan dalam mengakses infrastruktur, kesempatan dalam mengakses informasi dan kesempatan dalam mengakses hal-hal yang berkaitan dengan penguatan kapabilitas.

Pendekatan Rantai Nilai dalam Rangka PEL

Definisi Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) menurut Blakeley, yaitu suatu konsep yang menekankan perlunya penciptaan lapangan kerja bagi penduduk lokal dengan memanfaatkan sumberdaya setempat dan merupakan upaya bersama antara masyarakat, pemerintah serta sektor swasta untuk mencapai keunggulan kompetitif dari wilayah lokal tersebut (Nurzaman, 2002:7). Salah satu kunci pengembangan ekonomi lokal adalah bagaimana potensi lokal yang melingkupi industri kecil bisa dikembangkan sebagai basis pembangunan. Hal ini tidak bisa dipungkiri karena peran industri kecil yang telah mampu menyerap tenaga kerja lokal serta intensif dalam menggunakan sumber daya lokal. Apalagi lokasinya banyak di pedesaan, pertumbuhan industri kecil akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja, pengurangan jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan dan pembangunan ekonomi pedesaan (Simatupang, 1994; Kuncoro;1996).

Pendekatan rantai nilai merupakan salah satu pilihan yang tepat untuk mengembangkan ekonomi lokal yang berbasis industri kecil. Melalui analisis rantai nilai akan terurai jaringan horizontal yang mencakup hubungan antar sektor dan jaringan vertical yang mencakup jaringan produksi hingga distribusi. Dampak aktivitas akan berdampak pada semua komponen bukan hanya inti sektor. Ini adalah pendekatan yang komprehensif dan realistis yang bisa mengintervensi pembangunan menjadi lebih efektif.

Pada skala mikro, analisis rantai nilai berkontribusi untuk meningkatkan kapasitas individu, transparansi akses informasi dan peningkatan akses pasar . Skala meso ditujukan bagi stakeholder terkait lainnya seperti peningkatan kapasitas paguyuban, koperasi serta kemitraan dengan asosiasi pengusaha kecil lainnya. Pada skala Makro sebagai masukan kebijakan bagi pembangunan wilayah dengan keberpihakan pemerintah.

Kenyataan di Indonesia secara perspektif formal, Pemerintah sangat mendukung pengembangan industri kecil yang ada di Indonesia sebagai bentuk pengelolaan sumber daya lokal. Namun kendalanya adalah dalam implementasinya seringkali keberpihakan Pemerintah cenderung kepada pihak yang besar. Salah satu studi empiris mengemukakan bahwa pertambahan nilai tambah ternyata tidak dinikmati oleh perusahaan skala kecil, sedang, dan besar justru perusahaan skala konglomerat dengan tenaga kerja lebih 100 orang yang menikmati kenaikan nilai tambah secara

absolute (Kuncoro dan Abimanyu, 1995). Hal ini menguatkan dugaan adanya keberpihakan pemerintah kepada yang besar akan mengakibatkan ketimpangan dalam segi keuntungan.

Pendekatan Rantai Nilai dalam Ekonomi Kreatif

Ekonomi *kreatif* diartikan sebagai segala kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas (kekayaan intelektual), budaya dan warisan budaya maupun lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Suryana et al (2009) memiliki kesimpulan bahwa industri kerajinan di Jawa Barat masih belum berkembang, pelaku belum berorientasi pada nilai tambah, belum banyak melakukan inovasi pada produk, teknologi yang digunakan sederhana dan jaringan pemasaran belum luas dengan media pemasaran yang terbatas. Penelitian ini menawarkan pada pemerintah dan pelaku usaha sebuah model peningkatan rantai nilai untuk usaha ekonomi kreatif, yaitu up-grading value chain berupa pelatihan peningkatan kapasitas pengusaha kecil, baik dalam peningkatan nilai tambah, kewirausahaan dan pemasaran.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa, pendekatan rantai nilai dapat digunakan sebagai tools untuk memberi masukan bagi pemerintah dalam rangka mengembangkan ekonomi kreatif di suatu wilayah. Tallec dan Bockel (2005:2) menjelaskan bahwa analisis rantai nilai sebagai cara dalam mengidentifikasi aktivitas dalam suatu usaha yang secara langsung berhubungan dengan upaya untuk meraih keunggulan bersaing. Melalui rantai nilai, maka peneliti mampu menggali akar masalah dalam suatu usaha yang dikembangkan sehingga menjadi masukan untuk menghasilkan konsep untuk penyelesaian masalah tersebut.

Rantai Nilai Pemasaran

Berdasarkan Institut Penelitian Perancis dalam Tallec dan Bockel (2005:4), terdapat beberapa proses analisis rantai nilai komoditas yang dalam penelitian akan lebih terfokus pada aspek pemasaran, yaitu pemetaan rantai nilai, identifikasi aliran produk dari hulu ke hilir, yang kemudian dikaitkan dengan wilayah asal dan tujuan aliran tersebut dan identifikasi para pelaku rantai nilai dan jenis interaksi antar pelaku, sehingga mampu membantu dalam pemahaman peran tiap aktor dan sinergitas antar masing-masing.

Dari hasil proses analisis rantai nilai akan teridentifikasi saluran pemasaran dan margin pemasaran yang terbentuk. Produsen yang notabene pengusaha kecil biasanya hanya fokus pada produk yang dihasilkan dan menyerahkan pemasaran pada

perantara atau biasa dikenal dengan distributor ataupun pedagang dengan berbagai skala. Posisi tawar yang rendah di tingkat produsen mengakibatkan ketergantungan terhadap para perantara. Akibatnya adalah perbedaan harga yang tinggi antara harga yang diterima konsumen dan harga jual dari produsen, termasuk berbagai ongkos dalam memenuhi permintaan konsumen, atau biasa dikenal margin pemasaran. Tingginya margin seringkali berbanding terbalik dengan rendahnya keuntungan di tingkat produsen. Ketimpangan tersebut akan terlihat jelas apabila keuntungan di tangan produsen rendah yang hanya dinikmati pihak perantara.

Pengembangan Kluster dalam Rangka Peningkatan Kapabilitas Lokal

Manfaat keberadaan kluster secara teoretik maupun empirik telah dikemukakan dalam sejumlah publikasi (Porter (2000), Rahardjo (2006)). Kluster industri akan meningkatkan produktivitas karena kebutuhan UKM dalam mengakses atau memperoleh sumber daya dapat terkonsentrasi di satu tempat. Hal ini membantu meringankan biaya transaksi. Sumberdaya produktif yang dimaksud dapat berupa teknologi, informasi, sumber daya manusia, kapital, atau sumber daya lainnya. Selain itu, konsentrasi dan interaksi yang tinggi antar sesama UKM dalam kluster akan memperlancar proses penyebaran dan pertukaran informasi, pertukaran pengalaman dan sebagainya.

Manfaat keberadaan konsep kluster juga disadari oleh pelaku usaha Krebet, konsentrasi geografis terjadi secara alamiah dan turun temurun yang kemudian menyadarkan pentingnya pembentukan kluster guna efisiensi sumber daya. Hal ini didukung pihak pemerintah melalui pengukuhan Sentra Industri Batik Kayu Krebet sebagai Kluster Batik Kayu pertama di dunia oleh departemen Perindustrian. Melalui pengukuhan tersebut, dukungan pemerintah melalui berbagai instansi diharapkan mampu mengembangkan sentra ini lebih maju.

Namun konsep kluster yang diberlakukan di Krebet memerlukan penelaahan lebih lanjut, terkait keadilan. Hal ini ditengarai adanya kekhawatiran peningkatan produktivitas hanya dinikmati golongan tertentu atau bahkan hanya dinikmati pihak perantara di luar produsen. Akibatnya terjadi larian keuntungan ke luar wilayah. Sinergi dengan konsep adil akan menghasilkan konsep kluster yang berkeadilan, maknanya kluster berkontribusi terhadap peningkatan kapabilitas lokal sehingga mampu meningkatkan posisi tawar produsen. Posisi tawar produsen yang meningkat selain

meningkatkan kesejahteraan juga mampu meningkatkan rasa adil dalam usaha. Sehingga studi ini akan menelaah penerapan konsep adil dalam perkembangan klaster. Identifikasi perkembangan klaster mengadopsi lima dari tujuh elemen sebagai ide utama klaster sesuai jurnal *The Cluster Policy Whitebook* yang dikeluarkan IKED (2004), yaitu konsentrasi geografis, spesialisasi, banyak aktor, kompetisi dan kerjasama dan putaran hidup klaster.

Penerapan keadilan dalam konsep klaster memastikan tujuannya bukan hanya meningkatkan produktivitas usaha namun juga upaya penguatan kapabilitas lokal. Hal ini dikarenakan penguatan kapabilitas lokal merupakan faktor pendukung inti usaha dalam konsep klaster. Penguatan kapabilitas lokal harapannya selain meningkatkan kinerja usaha juga mampu meningkatkan kemandirian produsen sehingga mampu memiliki posisi tawar yang lebih baik. Keseimbangan posisi tawar dapat tercapai salah satunya apabila kapasitas individu dan kapasitas organisasi dianggap cukup memiliki peran untuk melindungi pihak produsen dari praktek ketidakadilan keuntungan.

Best Practice

Studi ini mengkaji literatur yang dijadikan sebagai referensi, yaitu tesis Parlinah (2010) yang berjudul *Rantai Nilai Mebel Kayu Mahoni Jepara*. Bahan kedua adalah jurnal penelitian oleh Bart Slob (2006) yang berjudul *A Fair Share for Smallholders*. Referensi lainnya adalah pendapat beberapa pakar seperti Daniele Giovanucci. Literatur tersebut akan dibahas satu persatu kemudian akan ditarik kesimpulan berupa persamaan dan perbedaan antar bahan serta sintesa akhir berupa hal yang bisa dijadikan masukan untuk studi ini.

Persamaan kedua bahan tersebut adalah pemanfaatan analisis rantai nilai sebagai alat dalam mengkaji permasalahan secara lebih detail dalam rangka merumuskan rekomendasi yang tepat untuk pengembangan usaha. Selain itu, hasil penemuan dari kedua bahanpun hampir sama yaitu keduanya sama-sama menyatakan bahwa benar adanya fakta ketidakseimbangan kekuatan antar aktor dalam mata rantai karena pengrajin cenderung mendapatkan harga terendah dalam distribusi keuntungan. Hal ini disebabkan, produsen seringkali kalah dalam proses negosiasi dengan perantara atau pihak lain. Akibatnya, Produsen selalu menjadi penerima harga dikarenakan lemahnya posisi tawar.

Perbedaan yang teridentifikasi dari beberapa literatur tersebut adalah dalam perumusan rekomendasi, Parlinah (2010) menyoroti pentingnya

kebijakan yang mendukung peningkatan efektivitas produsen dan peningkatan kapasitas individu serta lembaga lokal dalam rangka memfasilitasi tindakan kolektif guna pencapaian perdagangan yang adil. Slob (2006), juga sepakat dengan hal tersebut namun dia lebih menekankan pentingnya dukungan pemerintah terkait penciptaan label suatu produk serta sertifikasinya. Slob juga menekankan pentingnya akses informasi bagi produsen dalam rangka meningkatkan posisi tawar produsen.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa masukan bagi studi ini adalah pemanfaatan analisis rantai nilai dalam menggali informasi mengenai distribusi keuntungan para aktor guna memahami posisi tawar produsen. Melalui analisis rantai nilai akan dilakukan penelaahan margin keuntungan tiap aktor, saluran pemasaran yang terbentuk, akses informasi, kapasitas individu dan organisasi lokal serta dukungan pemerintahnya dalam rangka justifikasi penerapan keadilan pada studi UMKM. Hal ini dapat menjadi masukan dalam penyusunan rekomendasi para peneliti tersebut juga memaparkan pentingnya keberpihakan pemerintah, transparansi usaha dan kapabilitas lokal.

Sintesis Kajian Pustaka

Rantai pemasaran dari suatu sentra produksi komoditas kerajinan dapat dimodelkan secara sederhana. Model dibawah memaparkan para aktor yang terlibat dan alur keterkaitan antar aktor yang bergerak pada pemasaran sektor kerajinan. Aktor yang terlibat yaitu produsen, pedagang, pengecer, tengkulak dan exportir. Kesemuanya bersinergi membentuk sebuah jaringan pemasaran dengan perannya masing-masing. Namun dalam perkembangannya, peran masing-masing aktor seringkali tidak berimbang karena hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Produsen merupakan pihak yang seringkali dirugikan, digambarkan dengan ukuran bola yang terkecil dibanding aktor lain), hal ini disebabkan posisi tawar produsen yang dinilai rendah. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya posisi tawar produsen, yaitu:

1. Kurangnya Dukungan Pemerintah

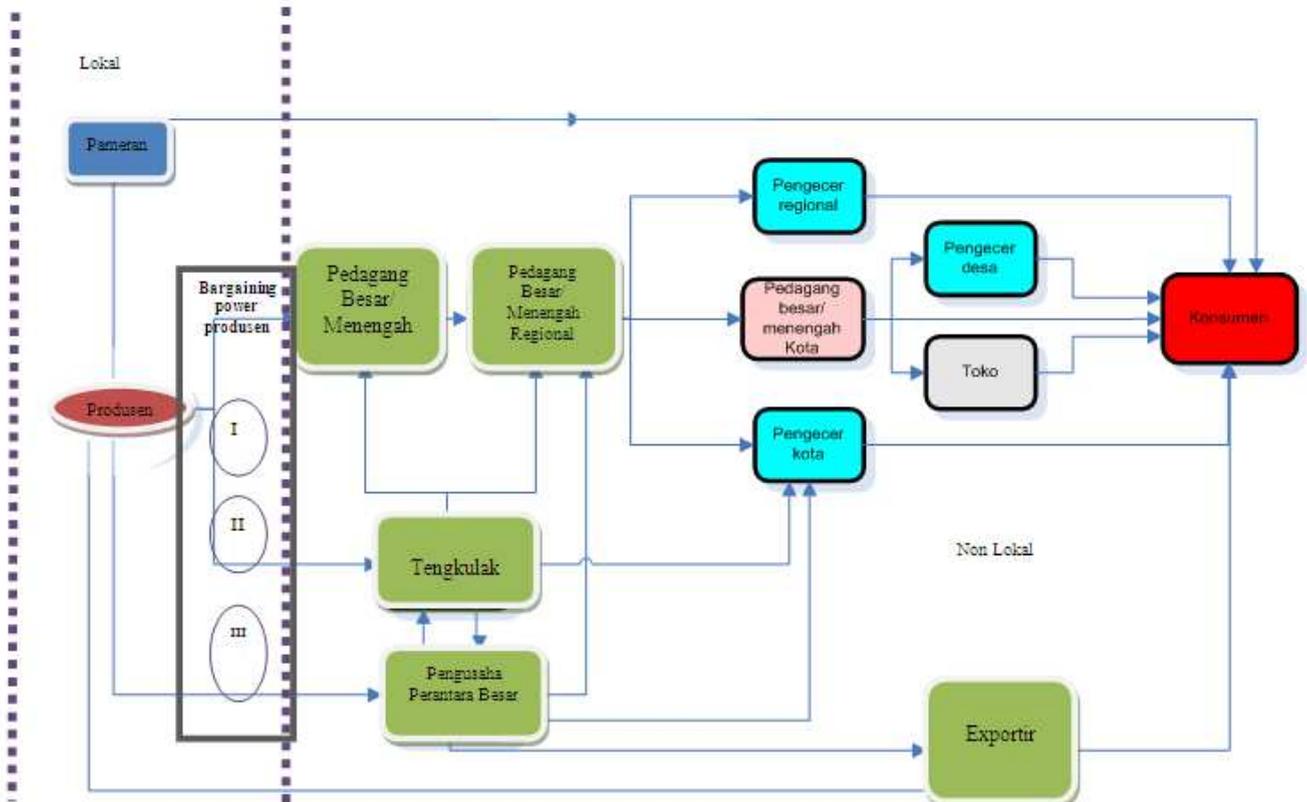
Pemerintah memiliki kewajiban untuk berkomitmen terhadap pasar yang adil, sehingga dalam kebijakan dan implementasinya tidak ada pemihakan kepada salah satu aktor saja. Praktek monopoli dalam penentuan harga, serta kurangnya sosialisasi pentingnya merk mengindikasikan bahwa belum berjalannya tangan pemerintah dalam pemeratakan keadilan.

2. Belum adanya transparansi usaha

Transparansi adalah salah satu kriteria dalam perdagangan yang adil, konsumen berhak mengetahui harga produsen, begitu pula sebaliknya. Kurangnya akses informasi terhadap kebutuhan pasar, dinamika pasar serta jaringan pemasaran akan mengakibatkan lemahnya posisi produsen dalam pemasaran produknya.

3. Kurangnya Kapabilitas Lokal

Kapabilitas lokal merupakan organ vital untuk menguatkan posisi tawar produsen karena akan mampu memberdayakan anggotanya demi mencapai tujuan bersama guna peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kurangnya kapabilitas lokal dapat teridentifikasi dari beberapa aspek yaitu lemahnya kapasitas individu dan belum kuatnya organisasi lokal yang ada.



perantara dalam pemasaran produknya. Hal ini didukung dengan data hasil kuesioner yang menyatakan, 67% mengaku kesulitan menembus pasar konsumen tanpa bantuan mid-men sedangkan sisanya mengaku cukup sulit. Tingginya tingkat ketergantungan terhadap pihak luar dalam hal pemasaran memberikan peluang banyaknya aktor yang terlibat dalam pemasaran serta panjangnya mata rantai yang terbentuk. Semakin tinggi tingkat ketergantungan terhadap pihak lain maka semakin rendah pula posisi tawar produsen terkait penentuan harga. Hasil kuesioner teridentifikasi bahwa 83% harga ditentukan oleh pihak perantara. Rendahnya posisi tawar produsen akan mengakibatkan distribusi keuntungan yang tidak adil karena justru keuntungan dinikmati oleh pihak non produsen, larian keuntunganpun akan ke luar wilayah.

Distribusi keuntungan yang tidak adil teridentifikasi dari lonjakan harga yang cukup signifikan dari produsen hingga ke tangan

jatuh ke pihak lain maka akan terjadi penambahan nilai hingga ke tangan konsumen hingga sekitar 75ribu per item. Hasil perhitungan, pada tingkat lokal, margin yang terbentuk sekitar 50.000 rupiah, peningkatan 100%. Sedangkan untuk pasar ekspor, margin yang terbentuk cukup besar sebesar 251.000 rupiah hingga mencapai 10x lipat. Margin yang timpang ditenggarai karena pihak perantara cenderung membayar ke produsen dengan harga rendah agar mampu dijual kembali dengan harga tinggi serta dimanfaatkan pengusaha besar yang memiliki branding untuk mendapatkan keuntungan berlipat. Sehingga seringkali produsen harus menekan perhitungan biaya produksi dan meminimkan keuntungannya.

Mengatasi ketergantungan terhadap perantara dan ketidakadilan dalam distribusi keuntungan dibutuhkan keberpihakan pemerintah. Untuk mengurangi ketergantungan pemerintah harus mendukung mendukung organisasi lokal

melakukan pemasaran secara langsung. Sejauh ini infrastruktur jalan menuju Krebet sudah baik namun belum dilengkapi akses transportasi yang baik dilengkapi dengan baliho dan petunjuk jalan. Untuk mengurangi ketergantungan, pemerintah juga dituntut untuk penyediaan akses teknologi informasi, pelatihan teknik marketing dan komunikasi, agar konsumen bisa berkomunikasi langsung dengan konsumen di belahan dunia manapun.

Pengurangan ketergantungan secara otomatis akan meningkatkan keuntungan di tingkat produsen. Maka untuk mempertahankan margin yang tidak terlalu besar dibutuhkan intervensi pemerintah melalui kebijakan sertifikasi label. Selama ini masyarakat terhalang birokrasi pembuatan label yang berbelit ditambah kurangnya sosialisasi pentingnya sebuah label. Sehingga realisasi kedepannya adalah melalui fasilitasi pemerintah dalam agenda pelatihan dan penyediaan label.

Analisis Transparansi Usaha

Salah satu kriteria dalam kompetisi yang adil adalah hubungan yang transparan, yaitu hubungan yang terbuka, adil, konsisten dan saling menghormati. Namun dalam faktanya, transparansi usaha di Krebet masih jauh dari harapan. 83% Responden mengaku bahwa mereka tidak mengetahui harga produk mereka di pasaran baik skala lokal hingga regional dan internasional. Tertutupnya informasi juga mengindikasikan kurangnya wawasan produsen terhadap nilai tambah produknya, 50% responden mengakui bahwa tidak mengetahui selera dan dinamika pasar.

Menyadari hal tersebut maka intervensi adil dapat direalisasikan transparansi informasi melalui penyediaan teknologi informasi dengan bantuan pemerintah. Sejauh ini, pemerintah telah memfasilitasi teknologi informasi dengan telepon dan internet yang menjangkau desa. Namun hal ini ternyata belum dimanfaatkan pengusaha secara maksimal. Sehingga kedepannya, selain penyediaan akses juga harus dibarengi dengan bantuan komputer, kemudahan pembayaran pemasangnagan dan bulanan serta sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan internet.

Analisis Kebijakan

Produsen kecil memiliki karakteristik keterbatasan modal dan teknologi, sehingga untuk menciptakan keadilan dalam berkompetisi dibutuhkan intervensi kebijakan yang memihak produsen kecil. Secara formal memang dukungan

terhadap usaha kecil dan menengah sudah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995.

❖ Modal

Yosephine dan Yuliana (2006) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa ada perbedaan rata-rata keuntungan yang signifikan pada kelompok perajin berdasarkan sumber modal dan jumlah tenaga kerja. Hal ini menjelaskan bahwa modal memiliki peran penting. Sehingga salah satu agenda pemerintah adalah peminjaman modal dengan bunga minim serta bantuan hibah terhadap pelaku usaha kecil. Namun dalam implementasinya, produsen masih merasa berat karena untuk mencapai pinjaman itu prosedurnya lama dan berbelit sedangkan sebagai pengusaha mereka membutuhkan pinjaman uang yang cepat walaupun bunga kredit tinggi. Akibatnya, pemilik sanggar di sentra Industri Batik Kayu mendapatkan modal melalui dana pribadi dan pinjaman bank umum yang menurut responden bunga yang ditawarkan cukup tinggi (diatas 10%). Suku bunga kredit yang ideal dewasa ini adalah dibawah 10 persen, sementara suku bunga perbankan masih 12 persen ke atas. Hal ini mengindikasikan dibutuhkannya keberpihakan pemerintah dan dukungan organisasi lokal. Karena industri kecil di Krebet cenderung bersifat informal, maka dukungan pemerintah dibutuhkan melalui penyaluran kredit yang menjangkau pihak non bankable dengan bunga rendah, dibawah 10%. Serta bentuk dukungan organisasi lokal melalui pengaktifan koperasi simpan pinjam.

❖ Label dan Paten sebagai Hak Kekayaan Intelektual

Selain persoalan modal, ketidakberpihakan pemerintah juga teridentifikasi melalui birokrasi pengurusan merk dan paten. Hal ini menyulitkan para pemilik sanggar untuk mendaftarkan merknya. Faktanya, hingga tahun 2010 batik kayu Krebet belum memiliki logo dan merk yang legal serta belum dipatenkan. Prosedur yang berbelit, dengan alokasi waktu yang lama dan biaya yang tidak murah, menjadi beberapa faktor belum dipatenkannya produk-produk batik kayu sekaligus belum terbentuknya label batik kayu Krebet. Sehingga dengan pertimbangan keberlanjutan usaha maka penting adanya keberpihakan pemerintah melalui perombakan dari segi prosedur dan biaya yang dikenakan serta tenggat waktu.

❖ **Teknologi**

Saat ini, pemanfaatan teknologi di Kreetb masih bersifat tradisional sehingga produsen Kreetb membutuhkan teknologi baru yang lebih canggih agar mampu memenuhi kualitas dan kuantitas yang diinginkan pasar guna keberlanjutan usahanya. Dari sisi pemerintah, sudah dilakukan upaya pemberian bantuan teknologi namun masih terbatas. Berangkat dari hal tersebut, maka penting adanya tindakan kolektif dari organisasi lokal terkait pengadaan teknologi agar tidak tergantung dengan pemerintah.

❖ **Bahan Baku**

Bahan baku kayu sebagian berasal dari luar Kreetb dengan alasan tidak bisa ditanam di Kreetb, pemasok bahan bakupun masih terbatas sehingga produsen harus mencari sendiri bahan baku ke luar wilayah dan biasanya tidak bersifat kolektif sehingga biaya yang dikeluarkanpun cukup besar. Mengingat bahwa bahan bakunya merupakan sumber daya alam yang bisa diperbaharui, maka untuk mengatasi kendala tersebut dibutuhkan dukungan pemerintah dan organisasi lokal melalui kegiatan penanaman bahan baku di Kreetb dengan sistem reboisasi atau penanaman kembali.

❖ **Gaji Pengrajin**

Hambatan dari aspek gaji karyawan juga dialami oleh produsen Kreetb. Sanggar Kreetb termasuk kedalam kelas usaha mikro dan kecil serta informal. Hal ini sesuai dengan pembagian kelas berdasarkan jumlah karyawan yang rata-rata memiliki 9 karyawan. Sebagai industri skala kecil seringkali produsen harus menekan biaya produksi sekaligus gaji karyawannya, akibatnya adalah bayaran untuk

pengrajin tergolong sangat kecil. Hasil survei di lapangan, rata-rata mengatakan bahwa gaji karyawannya per bulan sekitar 600.000/bln atau 20ribu/hari dan masih berubah lebih kecil atau besar sesuai pesanan. Pendapatan tersebut tergolong di bawah UMR Yogyakarta sebesar Rp.700.000 (disunting dari <http://www.lintasberita.com>, 2010).

Dari hasil komparasi kebijakan formal dan upaya pemerintah dalam merealisasikannya dibandingkan dengan kesulitan yang dialami produsen dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan pemerintah belum tepat sasaran dan cenderung belum memihak produsen kecil, karena hingga saat ini belum mampu mengurangi beban yang dialami produsen. Sehingga dibutuhkan intervensi adil, melalui keberpihakan pemerintah dengan kebijakan yang termonitor dan terevaluasi. Termasuk kebijakan yang mendukung organisasi lokal agar mampu mandiri dan bertindak secara kolektif. Adanya intervensi dari pemerintah akan membantu pihak koperasi dan pengelola paguyuban pengrajin agar mampu menjadi sarana kolektif dalam simpan pinjam modal, pengadaan teknologi, bahan baku, pengurusan perizinan maupun pendaftaran merk. Hal ini dinilai penting karena melalui kolektif tentunya akan menekan dari segi pembiayaan dan meminimalkan resiko.

Analisis Kapabilitas Lokal

Pemerintah pusat (Kementerian Perindustrian) meresmikan Sentra industri batik kayu Kreetb menjadi kawasan cluster Desa Wisata Kreetb pada tahun 2010. Terbentuknya klaster Kreetb harapannya akan mampu meningkatkan posisi tawar produsen sehingga mampu mengangkat ekonomi masyarakatnya.

Tabel I
Kinerja Klaster Industri Batik Kayu Kreetb

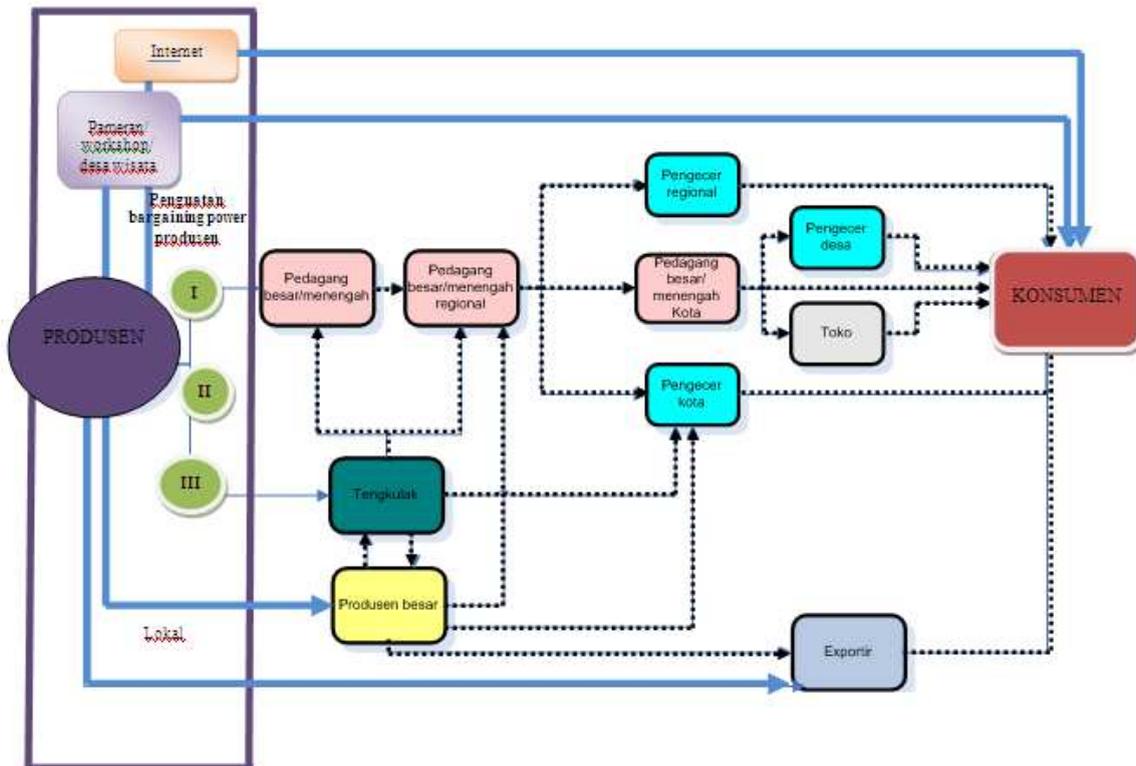
Variabel Kondisi	Kinerja
FUNGSI INTI USAHA	
INPUT	
a. Bahan Baku dan Penunjang	1. Saat ini kebutuhan masih terpenuhi baik kualitas maupun kuantitas 2. Lokasi sulit dijangkau 3. Pembelian dilakukan secara individual 4. Koperasi menyediakan penjualan alat-alat penunjang 5. Harga kayu mahal dan berasal dari luar Kreetb
b. Tenaga Kerja	1. Kuantitas masih memenuhi 2. 75% lulusan SMA 3. Berasal dari masyarakat lokal dan sekitar 4. Pendapatan pengrajin masih dibawah UMR
c. Modal	1. Modal dipenuhi sendiri sekaligus pinjam bank 2. 58% menilai bunga cukup tinggi 3. 67% menilai proses penyediaan modal tidak berbelit

Variabel Kondisi	Kinerja
d. Teknologi	1. Jenis teknologi semi modern 2. Sarana dan prasarana masih terbatas 3. 58% belum memanfaatkan internet
e. Permintaan pasar	1. Kesulitan memenuhi permintaan pasar baik kualitas maupun kuantitas 2. 50% tidak mengetahui selera pasar
f. Perijinan Usaha	1. Belum ada HAKI 2. Perijinan usaha mudah dilakukan dan efisien
g. Research and development	1. Sudah melakukan pelatihan-pelatihan dan studi banding ke Desa Wisata Plentingsari 2. Mengadakan <i>Focus Group Discussion</i> (FGD)
PROSES	
a. Tahap dan Alur Produksi	Hanya sedikit inovasi masih mengikuti alur produksi yang dipelajari turun temurun
b. Penggunaan Alat	67% belum mengenal standar produksi dan kompetensi
c. Organisasi Kerja	1. Manajemen kerja belum terstruktur 2. Komitmen dan loyalitas kerja tinggi
OUTPUT	
Produk	1. Daya saing belum cukup tinggi 2. Belum memenuhi target produksi, baik kualitas dan kuantitas 3. Belum memiliki brandname
DISTRIBUSI	
a. Pelaku	1. Bentuk saluran pemasaran tidak langsung 2. Distribusi keuntungan tidak merata 3. Dalam negosiasi, 83% harga ditentukan pihak mid-men
PEMASARAN	
a. Mekanisme	Mekanisme atau alur pemasaran sudah jelas
b. Strategi	1. Memiliki eksportir langganan 2. Belum mampu memperpendek rantai pemasaran
FUNGSI PENUNJANG USAHA	
a. Research and Development	Inovasi masih sebatas desain dan produk akhir
b. Modal Sosial	1. Kerjasama antar pelaku erat 2. Pola pikir konvensional, sehingga kurang dapat mendukung kegiatan usaha
c. Lembaga	1. Memiliki organisasi lokal (koperasi sidokaton.pokdarwis, p2k) 2. Didukung institusi pemerintah, pendidikan dan swasta
d. Infrastruktur	1. Akses menuju lokasi dinilai sulit 2. Belum ada gapura/baliho penunjuk arah
f. Perusahaan Rekanan	Rekanan dengan pedagang bsr, tengkulak dan eksportir
g. Sumber Daya Alam	1. Kayu masih di impor dari luar Krebet 2. Pasokan masih kurang
h. Kebudayaan	Mendukung kegiatan usaha, karena masih banyak aktivitas budaya yang digelar
FUNGSI LINGKUNGAN USAHA	
a. Ekonomi	Nilai investasi dan nilai tambah meningkat
b. Sosial Budaya	1. Modal sosial yang positif mendukung perkembangan usaha 2. Adanya persaingan sehat 3. Mampu mempekerjakan masyarakat lokal
c. Fisik Alam	1. Ekosistem tetap terjaga, limbah tidak mengganggu 2. Bahan baku mahoni dan sengon semakin berkurang

Sumber: Hasil Analisis, 2010

Dari hasil penilaian kinerja cluster dapat disimpulkan bahwa kluster desa wisata Krebet masih berada dalam tahap embrio menuju tahap tumbuh. Pada fase awal, pembentukan suatu kluster disebabkan oleh adanya potensi permintaan yang tinggi atas produk batik kayu yang dinilai unik dan juga disebabkan oleh adanya insentif kebijakan berupa penerapan kawasan ini sebagai kluster usaha

pada tahun 2009, hal ini ditandai dengan ketersediaan infastruktur dan bantuan pemerintah. Pada tahap ini, perusahaan membangun sumberdaya manusia dan mendorong berdirinya perusahaan sub-kontrak dan pendukung. Tahap ini ditandai oleh pertumbuhan yang lambat, biaya yang tinggi, dan persaingan yang lemah.



Kinerja kluster yang masih dalam tahap tumbuh mengindikasikan kapasitas individu dan organisasi yang masih belum memadai. Sehingga dibutuhkan upaya penguatan dan penerapan keadilan untuk meningkatkan fase kluster menjadi tumbuh dan berkembang. P2K, Koperasi dan POKDARWIS mengindikasikan eksistensi organisasi lokal untuk mengembangkan wilayahnya. Namun organisasi lokal tersebut tidak terlepas dari beberapa hambatan salah satunya dalam kepemimpinan yang masih ganda, belum terpisah sehingga pembukuan dan konsentrasi masih terbagi, selain itu belum semua anggota terlibat aktif dan partisipatif. Kendala lainnya adalah belum adanya sistem monitoring untuk menilai hasil yang dicapai. Kinerjanya pun dinilai belum maksimal terkait dengan eksistensi mereka belum mampu melindungi produsen dari pihak-pihak yang menekan harga beli. Hal ini mengindikasikan lemahnya kapasitas organisasi lokal yang ada. Sehingga dibutuhkan penguatan organisasi lokal melalui pengakuan pihak luar terhadap eksistensinya, dengan anggota-anggota yang aktif dan berkompetensi serta organisasi dengan struktur organisasi yang tidak

tumpang tindih, memiliki pengurus sendiri-sendiri yang masing-masing menjalankan peran dan tanggung jawabnya, serta aturan dan visi misi yang terarah.

Selain organisasi lokal, penguatan kapabilitas lokal dimaknai juga dengan peningkatan kapasitas individu. Menurut Cohen dan Lavinthal (199), salah satu bentuk peningkatan kapasitas individu adalah melalui transfer pengetahuan yang melingkupi pengetahuan dasar dan komitmen. Sehingga dibutuhkan penguatan kapabilitas lokal termasuk didalamnya peningkatan kapasitas individu melalui transfer pengetahuan baik formal maupun informal yang ditujukan untuk meningkatkan wawasan usaha produsen agar mampu meningkatkan posisi tawar produsen. Upaya yang sudah dilakukan pemerintah adalah aktif dalam pemberian pelatihan namun masih bersifat teknis, padahal prpdusen membutuhkan pelatihan yang variatif seperti pelatihan ekspor impor, pembuatan logo dengan logam, bahasa inggris dan akuntansi. Kedepannya transfer pengetahuan diharapkan lebih variatif dan disesuaikan dengan kebutuhan.

Kesimpulan

Hasil temuan studi kajian rantai nilai pemasaran eksisting telah mengarah pada fakta belum terpenuhinya keadilan di tingkat produsen. Berangkat dari temuan studi tersebut, maka jawaban pertanyaan penelitian "*bagaimana model rantai nilai pemasaran yang adil?*" adalah rantai nilai yang menerapkan keadilan pada ketiga elemen yaitu keberpihakan pemerintah ke produsen kecil, transparansi informasi dan kapabilitas lokal.

Adil berbeda dengan kesetaraan karena tiap orang berhak untuk diperlakukan berbeda sesuai kebutuhannya. Sebagai contoh apabila dokter memberi resep maka tidak bisa disamakan namun disesuaikan dengan penyakitnya. Hipotesisnya, keberpihakan pemerintah terhadap pengusaha kecil dalam penyediaan infrastruktur, modal dan bantuan teknologi masih diragukan, terutama dengan adanya dugaan mengistimewakan pemilik modal besar. Faktanya adalah pengusaha kecil dalam hal ini produsen batik kayu Krebet masih belum puas dengan kinerja pemerintah. Untuk mengatasi hal tersebut, saat ini pemerintah pusat telah melakukan upaya yang mendukung produsen kecil namun realisasinya belum semua wilayah menikmatinya. Sehingga keberpihakan pemerintah merupakan elemen dalam menciptakan rantai nilai yang adil melalui kerangka kebijakan yang tepat sasaran dan berangkat dari kondisi yang ada, melalui penyediaan infrastruktur, akses transportasi, penyediaan bantuan modal yang terjangkau, pemasaran desa wisata, dukungan kemudahan paten dan merk serta bantuan penyediaan alat-alat produksi dan pemasaran yang berteknologi tinggi.

Kurangnya akses informasi terhadap kebutuhan pasar, dinamika pasar serta jaringan pemasaran akan mengakibatkan lemahnya posisi produsen dalam pemasaran produknya. Padahal dalam konsep adil, tiap aktor berhak memiliki kesempatan untuk mengakses informasi agar bisa berkompetisi secara adil. Hipotesisnya produsen kecil memiliki keterbatasan untuk mengakses informasi. Faktanya, sebagian besar produsen Krebet belum memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi untuk mengembangkan usahanya dan hanya sedikit yang mengetahui selera pasar dan harga produk mereka di pasaran. Sehingga peningkatan transparansi informasi merupakan elemen dalam menciptakan rantai nilai yang adil. Pemerintah memfasilitasi teknologi informasi komunikasi (bantuan komputer dan subsidi dalam pemasangan serta biaya bulanan) dan bersama organisasi lokal mensosialisasikan manfaat internet dalam pengembangan usaha. Pemerintah juga berkewajiban memperluas jaringan pemasaran

produsen melalui melanjutkan program sebelumnya yaitu pengikutsertaan produsen dalam pameran baik skala lokal, regional, nasional hingga internasional. Serta mendukung konsep konsinyasi dengan toko dan konsep desa wisata maka konsumen akan lebih mudah mengakses produk langsung ke produsen.

Untuk bisa bersaing secara adil maka kapabilitas memadai mutlak dibutuhkan agar bisa berkompetisi secara adil. Maknanya adalah pembangunan kapasitas produsen melalui investasi pengetahuan merupakan kebutuhan. Justifikasi awal, kurangnya kapabilitas lokal dapat teridentifikasi dari beberapa aspek yaitu lemahnya kapasitas individu dan belum kuatnya organisasi lokal yang ada. Faktanya, produsen kecil yang notabene berjenjang pendidikan rendah masih melakukan pengelolaan usaha dengan kemampuan terbatas. Selain itu, jenjang pendidikan yang rendah belum didukung kemampuan yang dimiliki pengrajin dan pengusaha kecil, hal ini teridentifikasi dari lemahnya penguasaan teknologi, lemahnya kemampuan manajerial dan penguasaan bahasa. Kinerja organisasi lokal juga dinilai masih rendah, teridentifikasi dari rendahnya kemandirian produsen, kurangnya tindakan kolektif serta baru berfungsinya organisasi lokal sebagai wadah komunikasi, tukar menukar informasi dan forum diskusi. Sehingga penguatan kapabilitas lokal merupakan elemen dalam menciptakan rantai nilai yang adil. Peningkatan kapasitas individu dengan memfasilitasi kerjasama dengan pihak universitas untuk penelitian dan untuk membantu memberikan training, melanjutkan program kerjasama yang sudah terjalin seperti dengan Universitas Sanata Dharma dan UGM. Penguatan organisasi lokal (P2K, Koperasi Sidokaton, POKDARWIS) bisa dilakukan melalui pertemuan untuk berdiskusi berbagi informasi dengan monitoring realisasi berupa tindakan kolektif dalam penyediaan bahan baku, simpan pinjam dan pemasaran.

Berangkat dari fakta diatas maka diajukan rekomendasi sebagai jembatan untuk mencapai rantai nilai pemasaran yang adil. Maknanya bahwa rekomendasi ini merupakan bentuk penguatan posisi tawar produsen, sehingga harapannya bukan hanya mampu meningkatkan produktivitas usaha namun juga mengurangi margin yang timpang dan mengurangi perasaan tidak adil. Rekomendasinya adalah melalui kebijakan fasilitas kredit, sertifikasi, akses teknologi, akses infrastruktur, kebijakan harga premium, akses pendidikan, subsidi jamsostek, kolektivitas dan kemitraan.

Berdasarkan temuan studi dan rekomendasi pencapaian model rantai nilai pemasaran yang adil maka dapat disimpulkan bahwa studi ini merupakan

bagian dari studi pembangunan berbasis keadilan. Maknanya, hasil temuan berupa rendahnya posisi tawar produsen yang mengakibatkan distribusi keuntungan yang tidak adil menjustifikasi isu dalam pembangunan berbasis keadilan pada aspek produksi yaitu terjadinya kompetisi yang tidak adil. Sehingga studi rantai nilai pemasaran yang adil, merupakan bagian dari upaya pembangunan berbasis keadilan dalam model inter regional. Esensinya studi ini dapat mengangkat kondisi ekonomi lokal guna berkontribusi bagi ekonomi wilayah dalam rangka mengurangi isu ketimpangan wilayah.

Penelaahan pembangunan berbasis keadilan dalam studi rantai nilai pemasaran bukan hanya sebagai masukan dalam aspek produksi pada pembangunan berbasis keadilan yang bermanfaat bagi generasi saat ini namun juga bagi generasi mendatang, sesuai dengan prinsip keberlanjutan. Hal ini dimaknai bahwa peningkatan posisi tawar produsen akan mengurangi volume dalam eksploitasi bahan baku kayu, yang terindikasi dari kuantitas permintaan bahan baku yang berkurang namun pendapatan bertambah.

Daftar Pustaka

- Alexander, J. 1987, *Trade, Traders and Trading in Rural Java*. Oxford: Oxford University Press
- Andersson, Thomas et al. 2004. *The Cluster Policies Whitebook*. Sweden: Organisation International for Knowledge Economy and Enterprise Development.
- Azwar, Saifudin. 1998. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bacon, C. 2005. "Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Speciality Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua?." *World Development*, Vol. 33, No. 3, pp. 497-511.
- Becchetti, L. and Constantino, M. 2006. *Fair trade on marginalized producers: an impact analysis on Kenyan farmers*. Mengutip dari Zuniga and Ruben." How Standards Compete: Comparative impact of coffee certification in Northern Nicaragua." Netherlands: Radboud University Nijmegen, p.5.
- Bradley, D et al. 1994. "Regional incentives and the quality of mobile investment in the less favoured regions of the EC." *Progress in Planning*, 41(1): 1-122.
- Cooke, P. and K. Morgan. 1998. *The associational Economy*. Oxford: Oxford University Press
- Curry, Richard. 2007. *Tinjauan Rantai Nilai Industri: Komponen otomotif, Furniture, Garmen*. Jakarta: Lembaga Penelitian Universitas Indonesia (SENADA) dan USAID.
- De Jong, W. 1988 *The Role of Towns in Rural Development: A Case Study of Banjarnegara, Central Java*. Yogyakarta: UGM Press.
- Douglas, Michael. 1998. "A Regional Network Strategy for Reciprocal Rural-Urban Linkages: An Agenda for Policy Research with Reference to Indonesia." *Third World Planning Review*. Vol. 20, No. 1.
- Gaile, Gary L. 1992. "Improving rural-urban linkages through small town marketbased development." *Third World Planning Review*, Volume 14, No.2, pp.135-136.
- Gibb, Arthur. 1984. "Tertiary Urbanization: the Agricultural Market Center as a Consumption-related Phenomenon." *Regional Development Dialogue*. 5:1. Spring, 110-148.
- Lundy, Mark et al. 2004. *Increasing the Competitiveness of Market chains for Smallholder producers*. Canada: International Centre for Tropical Agriculture (CIAT).
- Murray, J. 2003. *Impact Assessment of Rural Urban Partnership Programme's Linkage Enterprise Micro Credit Program in Nepal*. Mengutip dari Ramesh Adhikari & Suresh Dhoj Shrestha." Poverty Reduction through Rural Urban Linkages: The Case of Rural Urban Partnership Programme (RUPP) in Nepal." India.
- Mynt, 1954. *An interpretation of economic backwardness*. Oxford Economist Paper. Mengutip dari Hunt, D. "Economic Theories of Development: An analysis of competing paradigms." London: Harvester Wheatsheaf, 1989.

- Ronchi, L. 2002. *Monitoring Impact of Fair Trade Initiatives: A Case Study of Kuapa Kokoo and the Day Chocolate Company*. London: Twin.
- Sölvell, Ö et al. 2003. *The Cluster Initiative Greenbook*. Stockholm: Ivory Tower AB.
- Sugiri, *Redressing Equity Issues in Natural Resource-Rich Regions: A Theoretical Framework for Sustaining Development in East Kalimantan, Indonesia*. Dalam Estelle L. Weber. 2009. "Environmental ethics, Sustainability and Education." Oxford: Inter-Disciplinary Press.
- Suryana et al. 2009. *Pengembangan Model Ekonomi Kreatif Perdesaan Melalui Value Chain Strategy untuk Kelompok Usaha Kecil (Studi pada Industri Kerajinan di Jawa Barat)*. Bandung: Lembaga Penelitian UPI.
- Syahza, Almasdi. 2009. *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Untuk Percepatan Peningkatan Ekonomi Daerah di Kabupaten Indragiri Hulu Propinsi Riau*. Riau: Pusat Pengkajian Koperasi dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Universitas Riau Pekanbaru.