

IDENTIFIKASI KARAKTERISTIK KLUSTER PADA SENTRA INDUSTRI BATIK WIJIREJO DAN WUKIRSARI KABUPATEN BANTUL

Nur Vita Yulianti
nurvitayulianti@yahoo.com

Dodi Widiyanto
dodi_ppw@yahoo.com

ABSTRACT

The objective of this research is to compare small and medium enterprises in Wijirejo and Wukirsari, which are famous as batik clusters in Bantul Regency, based on three categories: namely the pattern of employment, production capacity, and spatial linkages. Primary data were collected through field research and 43 entrepreneurs had been deeply interviewed. The method adopted in this research is qualitative approach and analyzed by descriptive comparison. The result shows that the two clusters, which are located in the same administrative area and has a similar product, still have different characteristics. The difference can be seen by the product, cluster pattern, linkages, and industrial relations. This research also found that there are four cluster patterns, namely dominant-unrelated, undominant-related, specialized industrial district, and social network model.

Keywords : batik industry, small and medium enterprises, cluster

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi karakteristik kluster dari dua sentra industri batik yaitu pada kluster Wijirejo dan Wukirsari. Perbandingan dua kluster tersebut didasarkan atas tiga penilaian yaitu pola penyerapan tenaga kerja, kapasitas produksi, dan keterkaitan spasial. Data primer digunakan sebagai sumber data utama dan melalui wawancara mendalam sebanyak 43 pengusaha menjadi responden dalam penelitian ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang dianalisis secara deskriptif komparasi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh informasi bahwa kedua kluster yang berada dalam wilayah administrasi yang sama serta memiliki spesifikasi produk yang sejenis tetap memiliki karakteristik yang berbeda. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari sisi produk, pola kluster, keterkaitan antar pengusaha, maupun hubungan industrial yang tercipta. Hasil dari penelitian ini ialah ditemukannya empat pola kluster pada masing-masing sentra industri yaitu pola mendominasi-tidak berhubungan, tidak mendominasi-berhubungan, kawasan industri terspesialisasi, dan model jaringan sosial.

Kata Kunci : industri batik, industri kecil dan menengah, kluster

PENDAHULUAN

Dewasa ini pemerintah mencanangkan pendekatan kluster sebagai alternatif kebijakan dalam mengembangkan Industri Kecil dan Menengah (IKM). Pendekatan kluster dinilai lebih efektif mengingat jumlah IKM yang sangat banyak dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Strategi IKM melalui kluster (*clustering*) sudah terbukti di banyak negara mampu meningkatkan kemampuan inovasi dan daya saing global dari para pelaku usaha di dalam satu kluster tertentu (Tambunan, 2009). Menurut Kuncoro (2012) keberadaan kluster industri (*industrial cluster*) menegaskan adanya spesialisasi sektoral dalam wilayah yang berdekatan.

Menurut Porter (2000, dalam Marijan, 2005) kluster industri akan saling berhubungan baik secara fungsional maupun geografis. Lebih dari itu kluster tidak hanya dimaknai sebagai kumpulan perusahaan yang berada di suatu tempat tertentu, tetapi juga adanya keterkaitan (*linkages*) di antara perusahaan-perusahaan tersebut. Keterkaitan tersebut memiliki arti yang sangat luas dimana perusahaan-perusahaan di dalam satu kluster yang sama tidak hanya bersaing (*competition*) satu sama lain, tetapi juga melakukan kerjasama (*cooperation*).

Perusahaan yang mengelompok di dalam satu kluster tertentu akan memiliki keuntungan-keuntungan baik itu penghematan secara eksternal (*external economies*) maupun penghematan internal (*internal economies*). Penghematan internal dapat terjadi berkaitan dengan adanya penghematan biaya yang dapat dilakukan oleh suatu unit perusahaan. Sedangkan penghematan eksternal dapat tercipta apabila di antara para pelaku usaha

mampu melahirkan efisiensi secara kolektif (*collective efficiency*) dengan menciptakan keunggulan kompetitif yang disebabkan karena adanya aksi bersama (Marijan, 2005).

Selain itu keberadaan industri yang mengelompok pada suatu kluster patut diduga akan mendapatkan keuntungan ekonomi tertentu (*economies of localization*). Menurut Marshall (1919, dalam Hartanto, 2004) industri-industri yang berkumpul di dalam sebuah kluster dalam ruang geografis tertentu akan menikmati keuntungan yang jauh lebih besar bila dibandingkan dengan industri yang berada di luar kluster dan berdiri sendiri. Sependapat dengan hal tersebut Tarigan (2010) juga memberikan pandangan yang sama dimana lokasi yang memiliki banyak penjual dengan barang sejenis, akan memiliki daya tarik lebih besar bagi konsumen daripada lokasi dengan sedikit penjual. Selain itu fungsi dari adanya kluster adalah memberikan dampak publikasi yang luas bagi para pelaku didalamnya. Hal ini akan lebih menguntungkan sebab akan menghemat biaya pengeluaran untuk kegiatan promosi.

Salah satu kluster yang menjadi sentra IKM di Kabupaten Bantul yaitu berada pada kluster Wijirejo Kecamatan Pandak dan kluster Wukirsari Kecamatan Imogiri. Kedua sentra tersebut berada dalam satu kabupaten yang sama dengan produk industri yang sejenis yaitu batik. Dalam penelitian ini tujuan utamanya ialah mengidentifikasi karakteristik kluster dari kedua sentra batik tersebut. Walaupun kedua sentra berada dalam daerah administrasi yang sama serta memiliki spesifikasi produk sejenis, akan tetapi

masing-masing sentra memiliki karakteristik yang berbeda. Latar belakang tersebut semakin diperkuat dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang menyatakan bahwa setiap kluster dengan subsektor manufaktur yang sama akan tetap memiliki perbedaan secara substansial serta memiliki karakteritik produk tersendiri (Hartanto, 2004 ; Kuncoro, 2012).

Berdasarkan argumentasi tersebut penelitian ini mengarah kepada studi komparasi yang membandingkan karakteristik kluster antara sentra industri batik Wijirejo dengan sentra industri batik Wukirsari. Selain mengidentifikasi karakteristik kluster yang dilihat dari pola kluster dan formasi keterkaitan, penelitian ini juga melihat karakteristik kluster dari tinjauan yang lain yaitu pola penyerapan tenaga kerja, kapasitas produksi, dan keterkaitan spasial. Hal ini dilakukan untuk mengetahui secara lebih rinci dan pasti bagaimana jalannya kegiatan industri.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai identifikasi karakteristik kluster pada sentra industri batik Wijirejo dan Wukirsari Kabupaten Bantul merupakan penelitian komparatif yang berusaha melihat dan mengidentifikasi perbedaan di antara keduanya dengan merujuk pada tiga indikator penilaian yaitu pola penyerapan tenaga kerja, kapasitas produksi, dan keterkaitan spasial.

Metode yang digunakan ialah pendekatan kualitatif dan dianalisis secara deskriptif komparasi. Dalam penelitian ini data primer digunakan sebagai sumber data utama. Sebanyak 25 pengusaha (Sentra Batik Wijirejo) dan 18 pengusaha

(Sentra Batik Wukirsari) dijadikan sebagai responden. Dalam penelitian ini tidak menggunakan sampel penelitian, akan tetapi menggunakan data yang diambil dari populasi pengusaha yang berada pada masing-masing kluster. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam (*indept interview*), observasi, dan pengumpulan data instansional.

Tabel.1 Daftar Responden

Wijirejo (N = 25)	Wukirsari (N = 18)
Batik tugiran, sidji batik, batik ida lestari, batik wongso, batik topo, batik ramadhani, erisa batik, batik bu tini, batik trisno idaman, batik arjo munir, batik prawesty, prawiro batik, batik erlin, batik sekar jagad, batik ayu, batik exotic, batik dirjo sugito, batik erida, batik sri sulastri, batik sawung kelir, bp.gunawan, bp.jumakir, bp. haryono, ibu suharni, ibu issubani	Berkah lestari, sari sumekar I, sari sumekar II, sekar kedhaton, fajar batik, sido mulyo, giri indah, sido mukti I, sido mukti II, bima sakti, giriloyo/sungsang, songgo langit, sungging tumpuk, sri kuncoro, kusumo, suka maju, sekar arum, batik bu tatik

Sumber : Data sekunder dan observasi (2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perbandingan Karakteristik Kluster

Walaupun kedua wilayah dikenal sebagai sentra penghasil batik, akan tetapi karakteristik keduanya tentu berbeda antara satu dengan yang lain. Hal ini dapat dilihat dari sisi pengusaha, produk, maupun hubungan keterkaitan yang tercipta. Berikut ini merupakan matriks perbandingan antara kluster Wijirejo

dengan Wukirsari yang dinilai berdasarkan indikator yang sama.

Tabel.2 Matriks Perbandingan

Kluster Wijirejo	Kluster Wukirsari
1. Bisnis mandiri (individu)	1. Bisnis gotong-royong (kelompok)
2. Pengusaha lain sebagai rival bisnis	2. Pengusaha lain sebagai mitra usaha
3. Kerjasama tidak intensif	3. Kerjasama intensif
4. Asosiasi dagang tidak berjalan	4. Asosiasi dagang berjalan baik
5. Persaingan industri yang kompetitif	5. Terjadi persaingan yang sehat
6. Koordinasi lemah dan tidak ada kontrol yang mengatur	6. Koordinasi kuat karena adanya kontrol yang mengatur
7. Lebih terbuka dengan perkembangan jaman	7. Lebih mempertahankan nilai budaya dan sejarah
8. Lebih berorientasi profit atau ekonomi	8. Tidak selalu mengejar keuntungan ekonomi
9. Terdapat diversifikasi produk	9. Jenis produk relatif sama
10. <i>Showroom</i> bersama belum digunakan	10. Gazebo digunakan secara bersama-sama
11. Dominasi produk : batik cap	11. Dominasi produk : batik tulis

Sumber : Olah data primer (2014)

Merujuk pada Tabel.2 di atas terlihat jelas perbedaan antara kluster Wijirejo dengan Wukirsari. Kluster Wijirejo yang didominasi oleh batik cap dan/atau kombinasi menunjukkan adanya persaingan bisnis yang cukup kompetitif di antara para pelaku usaha didalamnya. Selain itu dengan tidak berjalannya asosiasi dagang di sana masing-masing pengusaha memiliki keleluasaan penuh untuk menjalankan bisnisnya secara mandiri atau

individu. Disamping itu dengan perkembangan jaman yang semakin dinamis, para pengusaha juga tidak menutup diri dengan perkembangan industri batik yang ada, salah satunya yaitu dengan melakukan diversifikasi produk. Para pengusaha tidak hanya menjual barang dagangan yang diproduksi sendiri, akan tetapi juga mendatangkannya dari daerah lain seperti Solo, Pekalongan, atau Jepara. Selain itu lemahnya koordinasi dan persaingan industri yang kompetitif juga tidak lepas dari sejarah berkembangnya sentra batik Wijirejo. Dapat dikatakan bahwa kemunculan kegiatan industri pada kluster Wijirejo lebih berlatar belakang karena alasan ekonomi, sehingga terkesan bahwa para pengusaha tidak memiliki keterkaitan sosial ataupun budaya yang kuat antara satu dengan yang lainnya.

Sementara itu, pada kluster Wukirsari justru didominasi oleh keberadaan kelompok-kelompok batik. Karakteristik kluster Wukirsari yang paling mencolok adalah produk yang dihasilkan yaitu kain bermotif batik (batik tulis). Karakteristik produk yang relatif sama tersebut tidak terlepas dari latar belakang perkembangan kluster pada sentra batik Wukirsari. Dimana pada awalnya batik dapat berkembang pada kluster Wukirsari karena pengaruh dari keraton dan seiring berjalannya waktu kian berkembang hingga terbentuk sentra industri batik seperti saat ini. Selain itu pada kluster Wukirsari juga tidak tampak adanya persaingan yang kompetitif layaknya yang terjadi pada kluster Wijirejo. Hal yang tampak justru adanya ikatan sosial yang kuat antar pengusaha didalamnya. Para pengusaha tidak hanya mengandalkan kekuatan kelompok untuk menjalankan

usaha, akan tetapi juga bekerjasama dengan pengusaha dan/atau kelompok lain untuk mengembangkan industri batik. Disamping itu dengan adanya asosiasi dagang di sana, para pengusaha juga terikat dengan aturan yang telah disepakati bersama. Hal ini membuat adanya kontrol yang jelas bagi para pelaku usaha pada kluster Wukirsari.

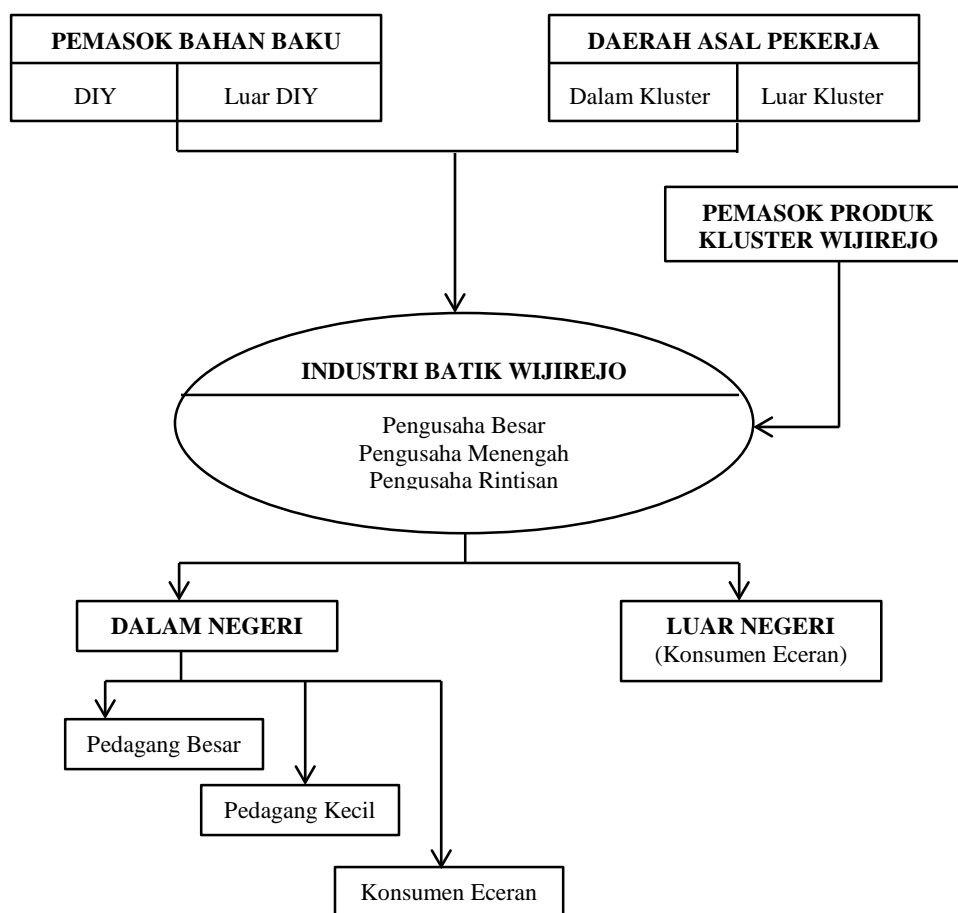
B. Formasi Keterkaitan

Mengacu pada hasil wawancara dan observasi di lapangan, didapat bahwa pada masing-masing sentra industri mempunyai dua tipe unit produksi yaitu unit usaha inti dan unit usaha penunjang. Unit usaha inti adalah unit produksi yang dimiliki oleh produsen utama kluster. Tipe ini merupakan pengusaha toko yang biasanya memiliki *showroom* di sepanjang jalan utama. Pengusaha tipe ini tidak hanya memproduksi secara mandiri, akan tetapi juga mengambil produk dari pengusaha lain baik yang berada di dalam maupun luar kluster. Sedangkan unit usaha penunjang ialah unit produksi mandiri yang menyetorkan produknya kepada pengusaha lain. Tipe yang kedua ini biasanya berada di dalam desa dan tidak memiliki *showroom* selayaknya unit usaha inti. Selain itu mereka juga bekerja sebagai pengrajin subkontrak yang menerima pesanan dari toko-toko yang berada di jalan utama.

Salah satu hal yang cukup menarik adalah bahwa pengusaha pada sentra batik Wijirejo menjalankan bisnisnya secara mandiri. Mereka bekerja sesuai dengan *capital* (modal, tenaga kerja, bahan baku) yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha pada kluster Wijirejo

menjalankan kegiatan industri secara individu tanpa adanya kerjasama dengan pengusaha lain dalam satu kluster. Kalaupun terjadi kerjasama, intensitasnya relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha pada kluster Wijirejo memandang kegiatan industri sebagai rivalitas bisnis. Hal lain yang patut ditelusuri lebih jauh dari kluster Wijirejo ialah fungsi dari asosiasi dagang di sana. Sejak dibentuk tahun 2006, Paguyuban Pengrajin Batik Wijirejo (PPBW) hanya berjalan aktif selama 2 tahun. Keberadaan asosiasi dagang tersebut hanya dipandang sebagai formalitas belaka. Dengan tidak berfungsinya asosiasi dagang tersebut, masing-masing pengusaha pada kluster Wijirejo memiliki kebebasan penuh untuk mengembangkan usahanya masing-masing.

Persaingan sesama pengusaha dalam kluster Wijirejo cenderung ketat. Sebagian besar pengusaha merasa tersaingi dengan pengusaha besar yang sudah lama membuka usaha di sana. Hal ini dapat dilihat sepiantas dari ukuran *showroom* mereka yang besar, sehingga mampu memajang produknya sebanyak mungkin. Selain itu pengusaha besar juga melakukan diversifikasi pada produk yang mereka jual. Tidak hanya produk yang diproduksi sendiri, akan tetapi mereka juga menjual produk yang diambil dari pengusaha lain. Sementara itu dengan tidak adanya asosiasi dagang dalam kluster Wijirejo, membuat tidak ada kesepakatan harga di antara pengusaha. Hal ini membuat masing-masing pengusaha dapat menentukan sendiri harga produknya dalam rangka menarik minat konsumen sebanyak-banyaknya.



Gambar 3. Hubungan Industrial pada Kluster Wijirejo
 Sumber : Olah Data Primer (2014)

Berbeda dengan yang terjadi pada sentra batik Wijirejo yang menunjukkan adanya persaingan yang kompetitif dan lemahnya koordinasi, para pengusaha batik pada kluster Wukirsari justru sangat mengandalkan keberadaan pengusaha lain dalam satu kluster. Mereka memiliki hubungan sosial yang kuat sehingga kerjasama yang tercipta justru terjadi di dalam kluster. Sekalipun pengrajin mengalami perubahan yang terus-menerus, akan tetapi mereka tetap berakar kuat dalam konteks tradisional, kelembagaan, dan kultural. Latar belakang sejarah dan budaya yang sama membuat mereka tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi

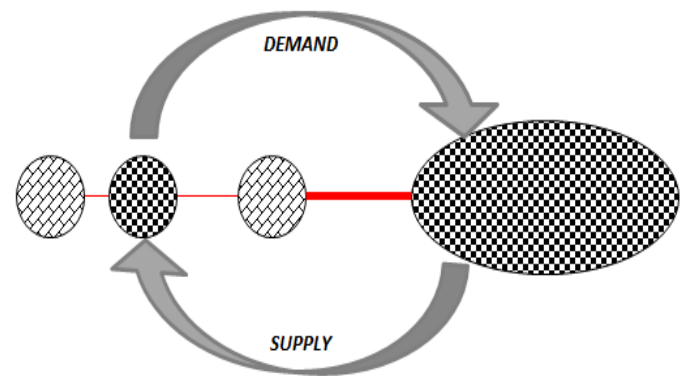
semata, akan tetapi menjadikan kegiatan industri sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan. Sebagai informasi tambahan bahwasanya kebangkitan usaha batik pada kluster Wukirsari berawal pasca terjadinya gempa tahun 2006. Pada saat itu bantuan sosial yang datang digunakan untuk membangkitkan usaha batik pasca terpuruk akibat gempa bumi.

Selain itu keberadaan Paguyuban Batik Giriloyo sebagai asosiasi dagang bagi para pengusaha juga memiliki fungsi sentral bagi kegiatan industri. Paguyuban tidak hanya dipandang sebagai formalitas belaka, akan tetapi memiliki fungsi sebagai payung usaha yang menjembatani

para pengusaha. Dalam keanggotaannya, para pengusaha juga wajib mengikuti aturan yang berlaku seperti larangan untuk memproduksi batik cap. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hayter (1997) dalam Kuncoro (2012) yang menyebutkan bahwa meningkatnya koordinasi antar pelaku usaha dalam satu kluster akan menguatkan kerjasama antar IKM.

Berbeda dengan kegiatan industri pada kluster Wijirejo yang memiliki diversifikasi produk, pada sentra batik Wukirsari mayoritas pengusaha memiliki spesifikasi produk yang sama yakni batik tulis yang masih berbentuk kain. Pada dasarnya batik tulis memiliki segmen pasar tersendiri, produknya yang berharga jual tinggi banyak diminati oleh kalangan menengah keatas. Selain itu hampir sebagian besar pengusaha pada kluster Wukirsari memproduksi batik dengan sistem “tunggu”. Mereka akan memproduksi kain baru apabila kain yang lama sudah terjual. Hal ini terjadi lantaran perputaran uang dan barang yang relatif lama sehingga membuat pengusaha tidak bisa leluasa memproduksi dalam jumlah yang besar.

Temuan lain dari penelitian ini ialah cara setiap kluster memanfaatkan fasilitas publik yang diberikan atau dalam hal ini berupa *showroom* bersama atau gazebo. Pada sentra batik Wijirejo para pengusaha lebih memilih menggunakan toko pribadi walaupun telah dibangun *showroom* bersama sejak Juni 2014. Sedangkan pada sentra batik Wukirsari keberadaan gazebo justru menjadi sarana penunjang bagi kemajuan usaha. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan dari masing-masing pengusaha dalam memandang fungsi fasilitas publik yang sudah ada.



Keterangan :

- Jalan datar, lokasi strategis, akses mudah
- Jalan berbukit, lokasi jauh dari gerbang utama, akses sulit
- ▨ Usaha IKM milik pribadi
- ▣ Usaha IKM milik kelompok

Gambar 4. Visualisasi Formasi Keterkaitan pada Kluster Wukirsari

Sumber : Olah Data Primer (2014)

Dominasi kelompok dalam kluster Wukirsari sangat terlihat jelas dari keterkaitan spasial antar pengrajin yang berada didalamnya. Dimana terdapat hubungan kerjasama yang kuat antar kelompok batik. Seperti yang telah divisualisasikan pada Gambar 4 dimana ada aliran barang dan jasa yang terjadi antara kelompok yang berada di depan dengan yang di belakang. Pada gambar tersebut terlihat bahwa faktor geografis membuat mereka bergantung satu dengan yang lain. Hal ini terbukti dengan adanya pasokan barang dari kelompok yang berlokasi di dalam desa kepada kelompok yang lokasinya di depan.

Kondisi jalan di dalam desa yang berbukit dan akses yang sulit membuat minat calon konsumen untuk membeli menjadi rendah. Maka dari itu kelompok yang berlokasi di belakang lebih memilih menjadi *supplier* untuk kelompok yang di depan. Selain faktor geografis, terdapat

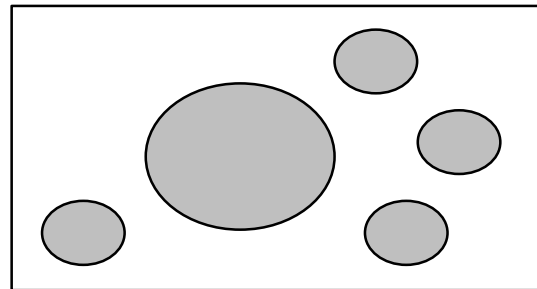
beberapa faktor lainnya yang menjadi latar belakang munculnya kerjasama dalam kluster Wukirsari antara lain faktor sejarah. Kluster Wukirsari awalnya tercipta berkat adanya semangat kebersamaan untuk bangkit pasca terjadinya gempa tahun 2006. Sehingga mereka tidak memandang pengusaha lain sebagai rival bisnis, akan tetapi sebagai mitra usaha.

Sementara itu faktor budaya juga sangat mempengaruhi perilaku pengusaha dalam berinteraksi satu dengan yang lain. Sejak pertama kali diperkenalkan oleh abdi dalem keraton, pengrajin batik Wukirsari masih mempertahankan batik tulis sebagai produk utama mereka hingga saat ini. Walaupun jaman telah berkembang dan muncul alat-alat yang lebih modern, masyarakat tetap menjaga warisan budaya dengan masih menggunakan alat-alat tradisional.

C. Pola Kluster

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan identifikasi, maka dapat disusun sebuah gambar visualisasi pola kluster pada sentra batik Wijirejo (Gambar 5). Dalam kluster Wijirejo tampak adanya dominasi oleh satu unit usaha yaitu milik keluarga Dirjo Sugito. Walaupun terdapat banyak unit usaha lain, akan tetapi keberadaan Batik Dirjo Sugito sangatlah mendominasi. Hal ini lantaran unit usaha tersebut sudah berdiri sejak puluhan tahun silam dan menjadi *market leader* pada kluster Wijirejo. Sementara itu unit usaha yang masih rintisan secara langsung akan terlibat ke dalam rivalitas bisnis yang terjadi pada kluster Wijirejo. Lemahnya koordinasi dan tidak berjalannya asosiasi dagang membuat masing-masing

pengusaha berusaha dengan *capital* yang dimiliki. Kalaupun terjalin suatu kerjasama boleh dikatakan intensitasnya relatif kecil.



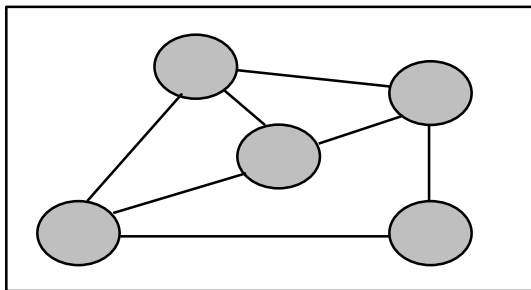
Gambar 5. Pola Kluster *Dominant-Unrelated*
Sumber : Romanelli (2005)

Pola kluster *Dominant-Unrelated* mengindikasikan adanya satu unit usaha yang dominan dalam satu kluster, sedangkan unit-unit usaha lainnya tersebar secara acak tanpa adanya keterkaitan. Walaupun secara personal mereka tidak melakukan kerjasama dengan sesama pengusaha. Secara tidak sadar mereka diuntungkan dengan memiliki lokasi yang berdekatan. Lokasi yang mengelompok tersebut membuat minat calon konsumen lebih besar untuk datang. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Hartanto (2004) yang menyatakan bahwa perusahaan yang berada dalam satu kluster yang sama akan menikmati manfaat yang lebih besar bila dibandingkan dengan perusahaan yang berdiri sendiri di luar kluster.

Selain pola kluster tersebut di atas, dapat diidentifikasi pola yang lain yaitu sebuah kluster bernama “**kawasan industri yang terspesialisasi**” (*specialized industrial district*) ala Marshall (Marshall, 1919 dalam Kuncoro, 2012) yang didefinisikan sebagai kluster produksi yang terspesialisasi secara geografis dengan subsektor manufaktur yang sama. Pada kluster Wijirejo lokasi

unit IKM mengelompok secara linier mengikuti jalan utama dengan spesifikasi produk yang sama yaitu didominasi oleh batik cap dan/atau batik kombinasi.

Menurut Kuncoro (2012) masing-masing kluster industri akan menunjukkan adanya perbedaan yang substansial baik itu dilihat dari sisi kelembagaan, tingkat kepemilikan, koordinasi, asal, dan evolusinya walaupun berada dalam subsektor manufaktur yang sama. Berbeda dengan yang terjadi pada sentra batik Wijirejo yang menunjukkan adanya pola kluster yang mendominasi dan tidak berhubungan. Pada sentra batik Wukirsari justru menunjukan adanya pola kluster yang tidak dominan tetapi berhubungan seperti yang telah disajikan pada Gambar 6 berikut.



Gambar 6. Pola Kluster *Undominant-Related*
Sumber : Romanelli (2005)

Pola kluster *Undominant-Related* mengindikasikan adanya banyak unit usaha yang seragam dan berhubungan satu dengan yang lain. Keberagaman ini terlihat dari skala usaha dan lama usaha yang sama. Seperti yang telah disinggung pada bagian sebelumnya bahwa unit usaha pada kluster Wukirsari terbentuk pasca gempa tahun 2006 dalam bentuk kelompok, sehingga rata-rata lama usaha mereka berkisar antara 7-8 tahun. Selain itu faktor sejarah dan budaya juga menyatukan

mereka ke dalam hubungan kerjasama yang kuat.

Karakteristik kluster yang paling dominan dari sentra batik Wukirsari ialah kerjasama di antara para pengusaha yang masih sangat kuat. Menurut Gordon (2000) **model jaringan sosial** (*social network model*) seperti yang terlihat pada kluster Wukirsari tidak hanya menggambarkan respon terhadap peluang ekonomi semata, akan tetapi juga membentuk integrasi sosial yang unik. Melalui kombinasi antara nilai sejarah dan budaya yang sama menjadi faktor kunci terbentuknya kluster. Dimana pada mulanya batik berkembang di masyarakat Wukirsari berkat adanya abdi dalem keraton. Selain itu kebangkitan usaha pasca terjadinya gempa juga dijadikan sebagai momentum untuk bangkit secara bersama-sama. Latar belakang sejarah dan budaya yang relatif sama membuat interaksi sosial di antara pelaku usaha IKM pada kluster Wukirsari lebih kuat bila dibandingkan dengan yang terjadi pada kluster Wijirejo.

Bentuk kluster yang semacam ini menurut Marshall (1919, dalam Kuncoro, 2012) disebut sebagai kluster dewasa (*mature cluster*). Kluster dewasa ditandai dengan adanya evolusi yang cukup lama serta berakar dalam konteks tradisional, institusional, kultural, dan bukan terbentuk melalui intervensi kebijakan pemerintah. Kegiatan industri tersebut telah memainkan peran penting dalam mengembangkan kerja sama dan penyebaran informasi pasar.

D. Perbandingan Keempat Pola Kluster Ditinjau dari Keterkaitan Spasial, Pola Penyerapan Tenaga Kerja, dan Kapasitas Produksi

Tabel.7 Matriks Perbandingan Keempat Pola Kluster

Variabel Pembeding	Tipe Kluster			
	Sentra Batik Wijirejo		Sentra Batik Wukirsari	
	<i>Dominant-Unrelated</i>	Industri Terspesialisasi	<i>Undominant-Related</i>	Model Jaringan Sosial
Keterkaitan Spasial	Antarperusahaan tidak terjalin kerjasama yang kuat karena adanya dominasi oleh salah satu unit usaha. Setiap unit usaha mengembangkan usahanya dengan kemampuannya masing-masing.	Adanya pengelompokan lokasi industri dengan barang yang sejenis. Hal ini memunculkan kecenderungan untuk bekerjasama antara satu dengan yang lain. Kerjasama tersebut terjadi karena alasan ekonomi. (contoh : adanya pembagian pesanan dengan pengusaha lain agar selesai tepat waktu).	Kerjasama yang terjalin antarperusahaan sangat kuat dan intensif. Hal ini terjadi lantaran adanya latarbelakang usaha yang sama. Dalam kluster ini tidak ada unit usaha yang mendominasi, tetapi ada asosiasi dagang yang mengatur jalannya kegiatan industri.	Kluster ini tidak selamanya berorientasi profit, justru pola yang semacam ini terbentuk berkat adanya interaksi sosial yang kuat antarpelaku usaha didalamnya. Kombinasi antara sejarah, integrasi sosial, dan tindakan rutin yang dilakukan bersama menjadi faktor kunci terbentuknya kluster dewasa.
Pola Penyerapan Tenaga Kerja	Unit usaha yang sudah berpengalaman akan mempekerjakan tenaga kerja profesional, sedangkan unit usaha yang masih rintisan masih menggunakan tenaga kerja dari keluarga (<i>self employment</i>).	Tenaga kerja didatangkan baik dari dalam maupun luar kluster. Pekerja juga tidak hanya diperuntukan untuk melakukan proses produksi, tetapi juga dipekerjakan pada bagian lain seperti pemasaran atau administrasi kantor.	Tenaga kerja dipekerjakan tidak hanya karena alasan ekonomi, akan tetapi ada pertimbangan lain. Latarbelakang usaha yang sama membuat mereka terikat satu sama lain (contoh : anggota kelompok A dapat menyetorkan produknya kepada kelompok lain)	Tenaga kerja berasal dari dalam kluster dan tidak ada pembagian kerja yang jelas. Hal ini membuat pekerja dapat merangkap pada dua pekerjaan sekaligus misalnya bagian produksi dan penjualan.
Kapasitas Produksi	Semakin besar skala usaha, maka kapasitas produksinya juga semakin besar. Unit usaha yang besar juga melakukan diversifikasi produk dengan mendatangkan produk lain dari luar kluster.	Kapasitas produksi tergantung pada skala usahanya. Semakin besar skala usaha maka kapasitas produksinya juga semakin besar. Hal ini juga diikuti dengan perputaran barang yang lebih cepat.	Rata-rata produksi pada tiap pengusaha sama yang membedakan adalah lokasi toko. Pengusaha dengan lokasi yang strategis akan lebih banyak diminati calon konsumen. Hal ini berimbas pada omset mereka.	Kapasitas tidak menentu karena pengusaha menggunakan sistem “tunggu”. Setelah kain yang lama terjual baru mereka memproduksi kain yang baru.

Sumber : Olah Data Primer (2014)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan pada bagian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa masing-masing pola kluster memiliki ciri dan karakteristik yang berbeda. Perbedaan ini juga memunculkan kelebihan serta kekurangan dari masing-masing kluster. Hal lain yang perlu digarisbawahi ialah setiap pola kluster bersifat unik, sehingga tidak semua wilayah dapat menerapkan pola kluster yang sama seperti yang telah terbentuk pada wilayah lain.

Penerapan pola kluster pada suatu kawasan industri harus diikuti dengan kondisi dan karakteristik wilayah yang ada baik itu dari sisi ekonomi, sejarah, maupun budaya. Hal ini terlihat pada dua kluster industri batik di Kabupaten Bantul. Dengan sama-sama memiliki spesifikasi produk yang sama, kedua kluster tersebut menunjukkan adanya pola yang sangat berbeda. Perbedaan latarbelakang usaha serta sejarah masa lalu membuat masing-masing kluster berkembang sesuai dengan kondisi yang ada.

Pada akhirnya penelitian ini sedikit memberikan gambaran mengenai kondisi dan karakteristik kluster pada dua sentra industri batik di Kabupaten Bantul. Walaupun demikian, penelitian ini tentu masih jauh dari kata sempurna. Penelitian ini masih sebatas mengkaji pola kluster pada unit usaha yang bersifat UMKM, sehingga belum menyentuh pada kawasan industri yang lebih luas seperti pola kluster pada industri besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Gordon, I., dan McCann, P. 2000. *Industrial Clusters: Complexes, Agglomeration and/or Social Network?.* *Urban Studies*, Vol. 37, No.3, pp 513-532.
- Hartanto, Airlangga. 2004. *Strategi Clustering dalam Industrialisasi Indonesia.* Yogyakarta : ANDI.
- Kuncoro, Mudrajat dan Supomo, A.Irwan. 2003. *Analisis Formasi Keterkaitan, Pola Kluster, dan Orientasi Pasar : Studi Kasus Sentra Industri Keramik Di Kasongan, Kabupaten Bantul, D.I.Yogyakarta.* *Jurnal Empirika*, Volume 16, No.1, Juni.
- Kuncoro, Mudrajat. 2012. *Ekonomika Aglomerasi : Dinamika dan Dimensi Spasial Kluster Industri Indonesia.* Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Marijan, Kacung. 2005. *Mengembangkan Industri Kecil Menengah Melalui Pendekatan Kluster.* *Jurnal INSAN*, Vol.7 No.3, Desember.
- Romanelli, E., dan Khessina, O. 2005. *Regional Industrial Identity : Cluster Configurations and Economic Development.* *Journal of Organization Science.* Volume 16, No.4, July-August.
- Tambunan, Tulus. 2009. *UMKM Di Indonesia.* Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tarigan, Robinson. 2010. *Perencanaan Pembangunan Wilayah : Edisi Revisi.* Jakarta : PT Bumi Aksara