

Perbandingan Kinerja UKM Kluster dan Non Kluster di Kota Bengkulu

Novi Tri Putri^{*)}

Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu

ABSTRAK

Lokasi merupakan salah satu penentu keberhasilan UKM dalam memasarkan produknya. Munculnya kluster/sentra usaha baik secara alami maupun sebagai kebijakan yang disengaja menjadi keuntungan tersendiri bagi pelaku usaha yang ada di dalamnya. Tulisan ini akan membahas mengenai faktor penentu lokasi UKM produk khas daerah di Kota Bengkulu dengan menggunakan analisis diskriminan. Secara umum model diskriminan yang digunakan mempunyai kemampuan prediksi yang cukup baik, dengan kemampuan prediksi secara benar lebih dari 78% kasus. Terdapat 5 variabel pembeda yang dapat digunakan sebagai prediktor penentu lokasi usaha yaitu jumlah tenaga kerja, peran pemerintah, pendidikan pengusaha, asal produk dan modal awal mendirikan usaha. Berdasarkan rata-rata kinerja, kelompok usaha yang berada di lokasi non-sentra cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Hal ini membuktikan bahwa kelompok usaha yang berada di lokasi kluster/sentra tidak serta merta memiliki kinerja lebih baik dibandingkan kelompok non kluster. Penilaian tersebut akan sangat bergantung pada kasus per kasus.

Kata kunci: kluster, UKM, produk khas daerah, analisis diskriminan

Cluster Vs Non-Cluster SME's Comparative Analysis in Bengkulu

ABSTRACT

Location is an important factor for a firm to grow. Firms will have many advantages if they were located in a cluster. This article will discuss about the factors that used to point the SME location of the special product in Bengkulu by using discriminant analysis. Generally, discriminant model that used have a good prediction ability, with a true prediction more than 78% cases. There are five different variable that found as predictors of the location; the amount of the labor, the government rules, the education of the businessman, source of the product supply, and capital investment. Based on the range of the performance, the ventures in non-cluster location show better performance than the ventures in cluster location.

Keywords: cluster, SME, special product, discriminant analysis

PENDAHULUAN

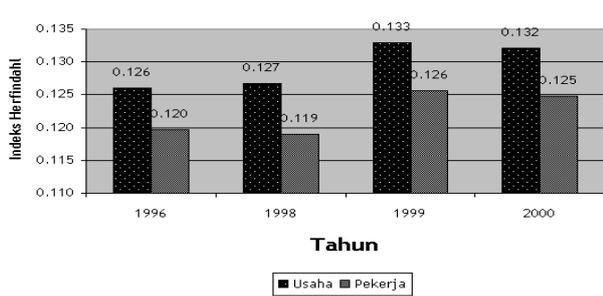
Fenomena kluster atau pengelompokan industri semakin mendapat perhatian dalam kajian-kajian ekonomi. Pentingnya aspek spasial juga merupakan faktor yang menyebabkan munculnya kluster-kluster industri, tidak terkecuali untuk usaha kecil menengah (UKM). Secara ekonomi, pengelompokan industri baik berupa lokalisasi (kluster) maupun agglomerasi merupakan akibat yang ditimbulkan dari penghematan jika perusahaan-perusahaan berada pada lokasi yang berdekatan, baik dari skala ekonomi produksi, transformasi informasi dan teknologi maupun adanya eksternalitas efisiensi.

Industri kecil di Indonesia cenderung mengalami

peningkatan dalam hal usaha, yang dapat dilihat melalui indeks herfindahl pada Gambar 1. Dari gambar tersebut dapat dilihat sebelum krisis, tingkat konsentrasi spasial unit usaha UKM adalah 0,126. Sebagai perbandingan, indeks Herfindahl industri manufaktur Indonesia tahun 1996 adalah 0,190 (Sjöberg dan Sjöholm, 2002). Hal ini tidak berubah banyak pada satu tahun setelah terjadi krisis ekonomi. Namun pada tahun 1999 konsentrasi spasial unit usaha UKM mengalami peningkatan cukup tinggi dan belum menurun secara berarti pada tahun 2000. Namun jika dilihat dari tenaga kerja, setelah krisis justru terjadi penurunan tingkat konsentrasi spasial kendati relatif kecil. Tahun 1999 dan 2000, indeks Herfindahl pekerja UKM meningkat menjadi

^{*)} E-mail : novi3_80@yahoo.com

Gambar 1. Tingkat Konsentrasi Spasial UKM (Indeks Herfindahl), 1996-2000



Sumber: Brata, 2003

lebih dari 0,12. Hal ini memberikan indikasi bahwa sejak terjadi krisis ekonomi, ada kecenderungan menguatnya konsentrasi spasial UKM di Indonesia. Kendati demikian, peningkatan konsentrasi spasial tersebut sebetulnya relatif tidak terlalu besar (Brata, 2003)

Untuk Indonesia, Kuncoro (2002) menyebutkan bahwa usaha kecil dan usaha rumah tangga di Indonesia telah memainkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha dan mendukung pendapatan rumah tangga. Weijland (1999) menyimpulkan bahwa kluster *microenterprises* mempunyai fungsi sebagai lahan semai atau *seedbed* dalam perkembangan industrialisasi.

Salah satu strategi pengembangan industri kecil menengah (Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI:2002) adalah kelompok industri penggerak ekonomi daerah yang diharapkan dengan kemajuan kelompok industri yang ada di suatu daerah dapat menjadi dinamisator ekonomi daerah. Hal ini berarti bahwa pengembangan kelompok-kelompok industri menjadi sangat penting bagi pembangunan daerah.

Pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) di Bengkulu sejak 2007 bertambah rata-rata 2.900 unit per tahun. Jumlah UKM pada 2007 sebanyak 4.000 unit dan saat ini mencapai 10.000 unit. Sejak 2007, Diskop dan PPKM Kota Bengkulu baru memberikan bantuan modal bergulir kepada 524 UKM. Pada 2008, Diskop dan PPKM mengucurkan bantuan modal bergulir kepada UKM Rp780 juta, sedangkan pada 2009 dana yang dikucurkan Rp300 juta kepada 170 UKM. (Wirausaha, 2009)

Perkembangan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Bengkulu tidak terlepas dari dukungan perbankan dalam penyaluran kredit kepada UMKM. Data Bank Indonesia menyebutkan bahwa perkembangan kredit UMKM pada triwulan I-2013 mengalami pertumbuhan sebesar 15,37%

(yoy) sehingga menjadi Rp3,65 triliun. Pertumbuhan ini sedikit lebih tinggi jika dibandingkan dengan pertumbuhan triwulan IV-2012 yang mencapai 13,53% (yoy). Pertumbuhan kredit UMKM cukup memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan kredit perbankan di Bengkulu, mengingat kontribusinya mencapai 37,43% dari total kredit bank umum. Dari jumlah tersebut, sebesar 77,75% atau Rp2,84 triliun merupakan kredit modal kerja, sedangkan sisanya sebesar 21,20% dan 1,04% masing-masing merupakan kredit investasi dan kredit konsumsi.

Dilihat secara sektoral, kredit UMKM yang disalurkan oleh bank umum di Bengkulu utamanya diserap ke sektor perdagangan dan pertanian dengan pangsa masing-masing sebesar 62,14% dan 14,56%. Pada sektor perdagangan, penyaluran kredit UMKM utamanya diserap oleh sub sektor perdagangan eceran keliling sebesar Rp 0,37 triliun dan sub sektor perdagangan yang didominasi oleh makanan, minuman, dan tembakau sebesar Rp 0,34 triliun. Selanjutnya, pada sektor pertanian, kredit digunakan untuk sub sektor perkebunan kelapa sawit dan sub sektor perkebunan karet dan penghasil getah lainnya masing-masing sebesar Rp0,26 triliun dan Rp0,13 triliun. (Bank Indonesia, 2013)

Penetapan kawasan sentra/kluster industri telah banyak diterapkan oleh pemerintah daerah. Dan sebagai penggerak perekonomian daerah, UKM pun mendapatkan perhatian yang semakin besar. Kluster UKM yang ada terkadang terbentuk dengan sendirinya atau memang merupakan kebijakan pemerintah daerah yang dengan sengaja mengkondisikan suatu wilayah untuk dijadikan kluster UKM. Sebagai contoh Yogyakarta memiliki kawasan sentra industri kulit Manding, sentra kerajinan keramik Kasongan, sentra usaha bakpia pathok. Bandung memiliki kawasan sentra produksi sepatu Cibaduyut, kawasan factory outlet Dago, dan lainnya.

Di Propinsi Jawa Timur, terdapat sejumlah UKM berbasis logam yang berlokasi di desa Ngingas (Waru, Sidoarjo) dan sekitarnya, membentuk kluster UKM logam Ngingas. Sejumlah UKM yang membuat produk dari kulit (tas, dompet, jaket, sepatu dsb), di desa Kludan dan sekitarnya, membentuk kluster UKM produk kulit Tanggulangin. Banyak contoh lainnya, misalnya kluster furniture di Pasuruan dan Bojonegoro, kluster produk hortikultura di Pujon, Malang, kluster Batik di Kenongo dan Pamekasan, dan sebagainya (Winarko, 2004)

Untuk Propinsi Bengkulu, kluster UKM yang jelas terlihat adalah sentra penjualan produk khas daerah yang berada di kawasan Anggut. Penetapan kawasan ini memang dijadikan sebagai salah satu

kebijakan daya tarik pariwisata yang diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pelaku UKM produk daerah dalam perkembangan usahanya.

Akan tetapi, meskipun pemerintah daerah telah menetapkan kawasan tertentu sebagai kluster, biasanya tetap ada UKM yang berada di luar kluster tersebut. Pilihan lokasi yang diambil oleh suatu UKM akan sangat bergantung kepada keputusan bisnis pelaku usaha bersangkutan, dengan dasar pertimbangan berbagai biaya dan tingkat keuntungan.

Pola spasial pada industri termasuk UKM tentu saja akan mempengaruhi tingkat perkembangan industri itu sendiri. Selain itu, kebijakan pemerintah dalam mendorong pertumbuhan industri khususnya UKM sepatutnya juga mempertimbangkan aspek spasial ini. Pembentukan wilayah-wilayah pengelompokan ekonomi sebagai upaya untuk memajukan suatu industri diharapkan akan memberikan dampak yang positif bagi pelaku usaha. Akan tetapi, tidak semua pelaku usaha bersedia dan atau mampu untuk berada di lingkungan kluster, termasuk UKM produk khas daerah yang biasanya ditempatkan pada wilayah tertentu sehingga membentuk kluster. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisa mengenai faktor pembeda antara UKM yang berada di wilayah kluster dan non kluster. Analisis selanjutnya akan dititikberatkan pada perbandingan antara kedua bentuk UKM tadi dalam hal kinerja usaha rata-rata. Analisis perbandingan ini untuk melihat kelompok UKM manakah yang mempunyai kecenderungan kinerja usaha lebih baik. Penelitian ini akan menganalisa UKM khusus yang menghasilkan produk khas daerah di Kota Bengkulu.

DATA DAN METODOLOGI

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai UKM produk khas daerah yang ada di Kota Bengkulu, baik yang berada di sentra oleh-oleh maupun non-sentra. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui bantuan kuesioner dengan responden pelaku usaha UKM produk khas daerah di Kota Bengkulu baik yang berada di kluster maupun non-kluster. Sementara data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan instansi terkait.

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) UKM produk khas daerah adalah usaha kecil dan menengah yang khusus menjual produk-produk khas daerah yang berlokasi di Kota Bengkulu

2) Kluster adalah sentra penjualan oleh-oleh produk khas daerah yang berlokasi di kawasan Anggut Kota Bengkulu

3) Non-kluster adalah lokasi di luar sentra penjualan oleh-oleh produk khas daerah di kawasan Anggut Kota Bengkulu

Populasi penelitian mencakup semua UKM yang menjual produk khas daerah Kota Bengkulu secara langsung dalam bentuk toko penjualan (retailer). Dari hasil pengamatan di lapangan, terdapat sebanyak 37 toko yang kemudian menjadi populasi dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode sensus, di mana semua anggota populasi menjadi sampel penelitian.

Teknik analisis yang digunakan dalam tahapan penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1) penentuan lokasi dan profil UKM produk khas daerah

untuk penentuan lokasi UKM produk khas daerah digunakan analisis deskriptif dan studi lapangan. Metode ini digunakan untuk menganalisa penyebaran UKM dan profil secara umum.

2) penentuan keanggotaan kelompok untuk analisa penentuan keanggotaan kelompok, digunakan model diskriminan 2 faktor. Model diskriminan digunakan untuk memprediksi keanggotaan UKM ke dalam dua kelompok, yaitu kluster dan non kluster.

Model ini menggunakan beberapa variabel penaksir (*predictor variables*) yang didapatkan melalui bantuan kuesioner. Fungsi diskriminan didasarkan pada persamaan berikut:

$$D_i = d_{i1}X_1 + d_{i2}X_2 + d_{i3}X_3 + \dots + d_{in}X_n \quad (1)$$

dimana:

D_i = fungsi diskriminan dengan $i=1$ untuk kluster dan $i=2$ untuk non kluster

X_1 = pendidikan pengusaha

X_2 = modal mendirikan usaha

X_3 = jumlah tenaga kerja

X_4 = peran pemerintah

X_5 = asal produk

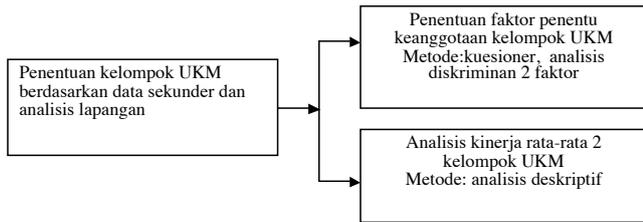
d_{in} = koefisien masing-masing variabel

Pernyataan responden atas pertanyaan-pertanyaan di dalam kuesioner dianalisis dengan menggunakan tabulasi silang untuk mengetahui signifikansi hubungan dengan prediksi keanggotaan kelompok. Variabel yang terbukti signifikan dalam tabulasi silang kemudian dimasukkan ke dalam model diskriminan.

3) perbandingan rata-rata kinerja usaha kedua kelompok UKM

Pada bagian ini akan dianalisis bagaimana perbandingan rata-rata kinerja usaha pada kedua kelompok UKM yang dianalisa pada bagian sebelumnya. Kinerja rata-rata dianalisis dengan

Gambar 2. Kerangka Analisis Penelitian



menggunakan perbandingan deskriptif antara lain meliputi omset per bulan, keuntungan per bulan, jumlah pekerja, dan gaji rata-rata pekerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 37 unit usaha produk khas daerah. Dari total responden, sebanyak 67,57% berada di lokasi sentra oleh-oleh dan sisanya sebanyak 32,43% di luar sentra. Produk yang ditawarkan oleh unit usaha merupakan produk khas daerah dan biasanya menjadi oleh-oleh khas dari Propinsi Bengkulu. Produk tersebut meliputi makanan khas, kerajinan, hingga pakaian/kain batik basurek. Unit usaha yang menjadi responden adalah unit penjualan langsung yang berhubungan dengan konsumen.

Sebagian besar responden atau sebanyak 56,8% telah menjalankan usaha mereka cukup lama, yaitu berkisar antara 5-15 tahun. Sedangkan hanya 18,9% yang telah menjalankan usaha lebih dari 15 tahun. Usaha paling lama yang dijalankan oleh responden berkisar 30 tahun dan yang paling baru berkisar 3 bulan.

Secara umum, lebih dari 50% responden berpendidikan SMA ke bawah. Hanya sebagian kecil yaitu sebanyak 8,11% yang berpendidikan S2/S3. Hal ini mengindikasikan bahwa pengusaha khususnya di bidang produk khas daerah tidak harus berpendidikan formal yang tinggi.

Dari sisi modal mendirikan usaha 40,5% responden menyatakan bahwa mereka membutuhkan modal awal berkisar 10,1-50 juta rupiah. 35,1% menyatakan membutuhkan modal sebesar 1,1-10 juta rupiah. Modal tertinggi yang digunakan responden dalam memulai usaha adalah sebesar 100 juta rupiah dan terendah hanya sebesar 25 ribu rupiah. Responden yang menyatakan mengeluarkan modal awal yang relatif besar adalah responden dengan produk batik basurek karena memang untuk produk ini diperlukan modal yang relatif jauh lebih besar dibandingkan usaha dengan produk makanan khas.

Dilihat dari sisi kepemilikan tempat usaha, lebih

dari separuh responden menggunakan tempat usaha milik sendiri yang merangkap sebagai rumah tinggal. 27% responden menyewa tempat usaha, dan sisanya sebesar 18,9% menggunakan tempat usaha yang merupakan milik sendiri tetapi terpisah dari rumah tinggal. Hal ini menggambarkan bahwa memang sebagian besar usaha produk khas daerah merupakan usaha rumahan. Sebagian tempat usaha terkadang juga merupakan tempat produksi.

Sebagian usaha kecil yang biasanya menjadi usaha rumah tangga biasanya tidak memperkerjakan tenaga kerja yang dibayar. Usaha seperti ini biasanya menggunakan tenaga kerja keluarga bahkan terkadang tenaga kerja merupakan pemilik usaha. Dari total 37 responden, ternyata hanya 14% saja yang menggunakan tenaga kerja tidak berbayar, sementara sisanya menggaji tenaga kerja yang mereka gunakan.

Dari sisi keterampilan tenaga kerja, ternyata kurang dari 40% responden yang tenaga kerjanya pernah mengikuti pelatihan tenaga kerja. Salah satu penyebab hal ini terjadi adalah ketidakmerataan pelatihan yang diberikan oleh pemerintah dalam upaya pengembangan usaha produk khas daerah. Di samping itu, jika pelatihan dilakukan sebagai upaya dari pengusaha sendiri maka akan berarti biaya produksi meningkat sehingga pengusaha masih enggan untuk mengikutsertakan tenaga kerjanya ke pelatihan.

Berbeda dengan pelatihan tenaga kerja, sebaliknya mayoritas responden yaitu sebanyak 65% menyatakan bahwa mereka pernah mendapatkan bantuan pemerintah. Dilihat dari jenis bantuan yang pernah didapatkan, maka pelatihan merupakan bantuan yang terbanyak. Selain pelatihan, bantuan yang juga sering diterima responden adalah promosi biasanya dengan diikuti pada pameran-pameran baik di dalam maupun di luar kota.

Program bapak angkat merupakan salah satu upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha-usaha yang ada di daerah khususnya usaha kecil. Akan tetapi, untuk usaha produk khas daerah ternyata hanya sebagian kecil responden yang ikut dalam program bapak angkat. 76% dari responden menyatakan mereka tidak terlibat dalam program bapak angkat.

Bantuan modal/pinjaman menjadi harapan yang paling banyak diharapkan oleh responden. Selain itu, pemerataan bantuan khususnya untuk ikut dalam pameran-pameran baik di dalam kota maupun di luar kota juga sangat diharapkan. Sebagian besar responden menganggap bahwa selama ini pemerintah terkesan pilih kasih dan hanya mengutamakan pelaku usaha tertentu saja untuk dapat mengikuti pameran, sehingga sebagian pelaku usaha yang lain

tidak mendapatkan kesempatan yang sama. Selain dua harapan tersebut, responden juga mengharapkan bantuan pemasaran/promosi, bantuan teknis dan lainnya. Bantuan lainnya ini berupa studi banding dan pameran di luar daerah.

Dari sisi pemasaran, lebih dari separuh responden tidak melakukan promosi. Mereka hanya menunggu pembeli datang. Hanya 33% responden yang aktif melakukan promosi. Dari 67% responden yang aktif melakukan promosi, internet merupakan media yang paling banyak digunakan. Selain itu, responden juga menggunakan media cetak seperti brosur dan koran serta media elektronik berupa televisi dan radio dalam melakukan promosi.

Faktor Penentu Keanggotaan Kelompok UKM

Analisis tabulasi silang merupakan cara termudah melihat asosiasi dalam sejumlah data. Analisis tabulasi silang digunakan untuk menjelaskan lebih terperinci mengenai responden dengan menggunakan dua variabel berbeda. Dalam penelitian ini, responden diklasifikasikan menjadi dua kelompok berdasarkan lokasi usaha. Dua kelompok ini kemudian ditabulasikan silang dengan variabel penjelas.

Analisis tabulasi silang juga dimaksudkan untuk menyeleksi variabel yang akan dimasukkan ke dalam analisis diskriminan. Oleh karena itu, setelah variabel ditabulasi silang, selanjutnya dilakukan analisis output chi-square. Uji Square dilakukan untuk mengamati ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel (baris dan kolom). Hipotesis yang digunakan dalam uji chi-square adalah sebagai berikut:

Ho : tidak ada hubungan antara variabel baris dan variabel kolom.

Ha : ada hubungan antara variabel baris dan variabel kolom.

Pengambilan keputusan didasarkan pada probabilitas, dimana jika probabilitas > 0,05, maka Ho diterima; sebaliknya jika probabilitas < 0,05, maka Ho ditolak.

Dari 18 variabel yang dianalisis dengan menggunakan tabulasi silang dan uji *chi square*, didapatkan 6 variabel dengan nilai probabilitas < 0,05. Keenam variabel tersebut adalah variabel pendidikan pengusaha (q1), modal mendirikan usaha (q3), jumlah tenaga kerja (q8), bantuan pemerintah (q10), peran pemerintah (q13) dan asal produk (q15).

Dari analisis tabulasi silang yang telah dilakukan, maka variabel-variabel yang dimasukkan ke dalam fungsi diskriminan adalah yang secara signifikan berpengaruh terhadap lokasi usaha, yaitu variabel pendidikan pengusaha (q1), modal mendirikan usaha (q3), jumlah tenaga kerja (q8), peran pemerintah

Tabel 1. Koefisien Probabilitas Uji *Chi Square*

Variabel	Koefisien Probabilitas Uji Chi Square
Pendidikan pengusaha	0,042
Modal awal mendirikan usaha	0,005
Jumlah tenaga kerja	0,036
Bantuan pemerintah	0,018
Peran pemerintah	0,009
Asal produk	0,016

Sumber: hasil olah data

Tabel 2. Hasil Klasifikasi dengan Model Diskriminan 2 Faktor

Lokasi Usaha	Prediksi Keanggotaan		Total
	Sentra Oleh-oleh	Non-Sentra	
jumlah sentra oleh-oleh	21	4	25
non sentra	4	8	12
persentase sentra oleh-oleh	84.0	16.0	100.0
non sentra	33.3	66.7	100.0

Sumber: hasil olah data

(q13) dan asal produk (q15). Variabel q11 yaitu bantuan pemerintah tidak diikuti dalam fungsi diskriminan karena variabel ini tidak bersifat kualitatif dan ordinal melainkan hanya membagi jawaban menjadi 2 (ya dan tidak). Fungsi diskriminan yang digunakan adalah fungsi diskriminan 2 faktor, dimana fungsi ini membedakan kategori responden menjadi dua yaitu berlokasi di sentra oleh-oleh dan bukan di sentra oleh-oleh. Fungsi diskriminan disusun sebagai berikut:

$$D_1 = d_1 (q1) + d_2 (q3) + d_3 (q8) + d_4 (q13) + d_5 (q15)$$

Hasil klasifikasi dengan model diskriminan 2 faktor dapat dilihat pada Tabel.2.

Secara umum model diskriminan 2 faktor mempunyai kemampuan prediksi yang cukup baik. Model ini mampu memprediksi secara benar lebih dari 78% kasus. Untuk kategori Sentra Oleh-oleh, model mampu memprediksi secara benar 21 kasus atau 84%, sedangkan untuk kategori Non-Sentra, model mampu memprediksi sebesar 66,7% kasus dengan kesalahan prediksi 4 kasus.

Tabel 3 menyajikan hasil analisis fungsi diskriminan dengan menggunakan 5 variabel penjelas. Terbukti bahwa jumlah tenaga kerja merupakan variabel terbaik untuk memprediksi lokasi responden apakah berada di Sentra Oleh-oleh atau Bukan Sentra. Semakin banyak jumlah tenaga kerja (1=tidak memiliki tenaga kerja, 2 = 1-5 orang, 3 = 6-10 orang, dan seterusnya) maka semakin besar kemungkinan responden untuk

Tabel 3. Koefisien Fungsi Diskriminan 2 Faktor

Variabel	Koefisien
jumlah tenaga kerja	.942
peran pemerintah terhadap kemajuan usaha	-.317
pendidikan pengusaha	.205
asal produk yang dijual	-.127
modal awal mendirikan usaha	-.117

Sumber: hasil olah data

berlokasi di Non-Sentra.

Untuk variabel peran pemerintah yang memiliki koefisien negatif, ternyata semakin tidak penting peran pemerintah bagi responden (1= sangat membantu, 2= cukup membantu, 3= tidak berpengaruh) maka semakin besar kemungkinan responden memilih lokasi di Non-Sentra. Variabel yang ke 3, yaitu pendidikan pengusaha mempunyai koefisien positif yang berarti semakin tinggi pendidikan responden (1= SMA ke bawah, 2= D3, dan seterusnya) maka semakin besar kemungkinan responden berlokasi di Non-Sentra.

Untuk 2 variabel penjelas yaitu asal produk dan modal awal, ternyata ke-2nya memiliki koefisien yang negatif walaupun tidak terlalu besar. Semakin besar komposisi persentase produk yang dihasilkan sendiri, maka semakin besar kemungkinan responden berlokasi di Non-Sentra. Sedangkan untuk variabel modal awal mendirikan usaha, semakin besar modal usaha responden pada awal pendirian usaha maka semakin besar kemungkinan responden berlokasi di Sentra Oleh-oleh.

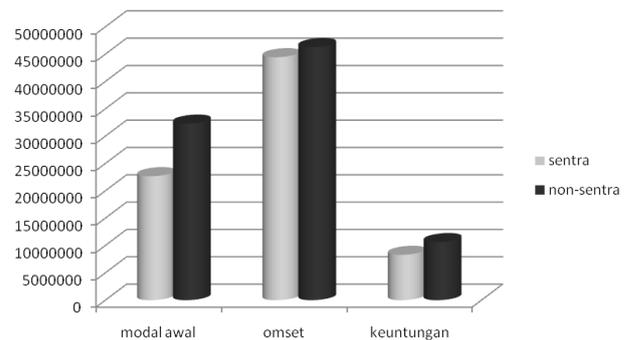
Perbandingan Kinerja Rata-rata Kelompok UKM

Analisis kinerja antardua kelompok responden dilakukan untuk melihat perbandingan rata-rata beberapa variabel yang menggambarkan secara umum kinerja usaha.

Jika dibandingkan secara rata-rata, kelompok non-sentra memiliki nilai yang lebih tinggi baik dilihat dari sisi modal awal, omset maupun keuntungan. Dapat dianalisa bahwa ternyata responden yang memilih berada di luar sentra cenderung memulai usaha dengan modal awal yang lebih besar jika dibandingkan dengan pelaku usaha yang berada di sentra. Omset dan keuntungan rata-rata yang didapatkan oleh kelompok ini juga lebih besar. Hal ini menandakan bahwa kelompok yang berada di luar sentra cenderung merupakan responden dengan skala usaha yang lebih besar dan lebih mandiri.

Dari sisi jumlah dan gaji tenaga kerja, kelompok responden yang berada di non sentra memiliki jumlah dan rata-rata gaji tenaga kerja yang lebih tinggi. Jika

Gambar 3. Perbandingan Kinerja Rata-Rata Dua Kelompok Responden



Sumber: data diolah

Tabel 4. Perbandingan Variabel Kinerja Rata-rata

Variabel Kinerja	Minimum	Maksimum	Rata-rata	
Modal Awal (Rp)	Sentra	500,000	60,000,000	22,680,000
	Non Sentra	25,000	100,000,000	32,297,917
Omset (Rp)	Sentra	5,000,000	300,000,000	44,440,000
	Non Sentra	6,000,000	150,000,000	46,333,333
Keuntungan (Rp)	Sentra	500,000	30,000,000	8,294,000
	Non Sentra	1,000,000	30,000,000	10,625,000
Jumlah TK (orang)	Sentra	1	10	3
	Non Sentra	1	15	7
Gaji TK (Rp)	Sentra	200,000	1,500,000	665,789
	Non Sentra	400,000	1,250,000	875,455

Sumber: hasil olah data

kelompok sentra rata-rata memiliki 3 orang tenaga kerja dengan gaji rata-rata sekitar 665 ribu rupiah, kelompok non-sentra rata-rata memiliki 7 orang tenaga kerja dengan gaji rata-rata 875 ribu rupiah. Meskipun demikian, responden yang memberikan gaji tenaga kerja tertinggi ada di kelompok sentra. Akan tetapi gaji terendah pun ada di kelompok ini.

Berdasarkan analisis kinerja, terlihat bahwa sebagian besar variabel menunjukkan kelompok non-sentra cenderung memiliki kinerja rata-rata yang lebih baik dibandingkan kelompok sentra. Sehingga bisa disimpulkan bahwa pelaku usaha yang berada di lokasi kluster tidak selalu memiliki kinerja yang lebih baik. Hal ini akan sangat bergantung pada kasus per kasus.

SIMPULAN

Berdasarkan analisa yang dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini: (i) Usaha produk khas daerah yang ada di Kota Bengkulu sebagian besar berada di lokasi kluster yaitu kawasan sentra oleh-oleh, dengan komposisi 67,75% berada

di sentra dan 32,43% di luar kluster atau non-sentra; (ii) Terdapat 5 variabel pembeda yang dapat digunakan sebagai prediktor penentu lokasi usaha. Jika diurutkan berdasarkan kemampuan prediksi terbaik maka urutan variabel tersebut adalah jumlah tenaga kerja, peran pemerintah, pendidikan pengusaha, asal produk dan modal awal mendirikan usaha. Dari 5 variabel yang memiliki koefisien positif adalah variabel jumlah tenaga kerja dan pendidikan pengusaha; dan (iii) Berdasarkan rata-rata kinerja, kelompok usaha yang berada di lokasi non-sentra cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Hal ini membuktikan bahwa kelompok usaha yang berada di lokasi kluster tidak serta merta memiliki kinerja lebih baik dibandingkan kelompok non kluster. Penilaian tersebut akan sangat bergantung pada kasus per kasus.

SARAN

Dengan memperhatikan hasil penelitian, saran yang berupa rekomendasi kebijakan yang bisa ditawarkan antara lain: (i) Hendaknya kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan usaha produk khas daerah mempertimbangkan lokasi usaha. Kelompok yang berbeda tentu memerlukan kebijakan yang berbeda juga. Contohnya adalah kelompok kluster dalam hal pemasaran cenderung diuntungkan karena promosi lokasi sentra oleh-oleh yang dilakukan pemerintah secara otomatis menjadi promosi individu usaha; (ii) Bantuan yang diberikan oleh pemerintah hendaknya juga memperhatikan pemerataan, sehingga tidak ada pelaku usaha yang merasa dianaktirikan karena tidak pernah mendapatkan bantuan, dan bantuan yang paling diharapkan oleh pelaku usaha adalah bantuan dana/pinjaman; dan (iii) Kelompok usaha di luar kluster ternyata memiliki kinerja rata-rata yang lebih baik. Oleh karena itu, kelompok ini seharusnya tidak diabaikan karena mereka dapat menjadi pendorong majunya usaha produk khas daerah dan potensial ikut mendorong aktivitas ekonomi daerah.

REFERENSI

- Brata, A.G. (2003). *Distribusi Spasial UKM di Masa Krisis Ekonomi*. Ekonomi Rakyat II(8). November
Bank Indonesia, Kajian Ekonomi Regional Provinsi Bengkulu, 2013. www.bi.go.id
- Cook, G.A.S, Pandit, N.R & Swann G.M.P. (2001). *The dynamic of industrial clustering in British broadcasting*. Information Economics and Policy (13), 351-375.
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI. (2002). *Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil Menengah 2002-2004: Kebijakan dan Strategi Umum Pengembangan Industri Kecil Menengah*, Buku I.
- Hill, H. (2001). *Small and Medium Enterprises in Indonesia: Old Policy Challenges for a New Administration*. Asian Survey, 41(2), 248-270.
- Kuncoro, M. (2000). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Kuncoro, M. (2002). *Analisis Spasial dan Regional: Studi Aglomerasi dan Kluster Industri Indonesia*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* Jakarta: Erlangga
- O'Sullivan, A. (1996). *Urban Economics*. 3rd ed. Irwin McGraw-Hill
- Sato, Y. (2000). *Linkage Formation by Small Firms: The Case of Rural Cluster in Indonesia*. Bulletin of Indonesian Economic Studies, 36(1), 137-165.
- Tarigan, Robinson. (2005). *Ekonomi Regional*. Bumi Aksara
- Weijland, H. (1999). *Microenterprise Clusters in Rural Indonesia: Industrial Seedbed and Policy Target*. World Development, 27(9), 1515-1530.
- Winarko. 2004. Program Klaster, strategi baru pengembangan UKM di Jatim . Eksekutif Centre for SME Cluster Development (CSCD), ITS-Surabaya.
- Wirausaha, UKM Bengkulu Bertambah, 2009 www.smeeda.com/deputi7/BERITA%20KUKM/get8.asp?id=679