

MODEL INOVASI *RESOURCES CONNECTIVITY* DAN OVOP: Studi pada IKM Makanan Olahan di Kota Magelang dan Kabupaten Sidoarjo

Bayu Nuswantara ¹⁾, Sony Heru Priyanto ¹⁾, Oesman Raliby ²⁾, dan Retno Rusdijati ²⁾

¹⁾ Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Bisnis

Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

²⁾ Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik

Universitas Muhammadiyah Magelang

email: bnuswan@yahoo.com

ABSTRACT

Resources Connectivity is an evolving concept of networking resources into a framework widely used to analyze the important role of small businesses in promoting business activities. Empirically networking concept has significant resource increase innovation, improve competitiveness, and is able to provide a better level of income. Overall an integrated perspective of innovation networks between business activities to encourage the development of Small and Medium Enterprises (SMEs). Meanwhile Smith (2011), which affects the network performance can be obtained through the study of the actors of SMEs in generating collaboration and innovation. In addition to the model of the One Village One Product (OVOP) can develop off lagship products that have marketing potential, enhancing the quality and value-added products, as well as increased income of local communities.

This research aims to describe the networking resources SME processed foods, and observe models of innovation in the SME connectivity resources processed foods in Magelang, and also observe models of OVOP in processed food SMEs in Sidoarjo. Research method use a descriptive research and focus group discussion (FGD) with a narrative-descriptive analysis tools, which explain something appropriate sequences of events. The results show that the network resources that includes: raw materials, labors, equipment and technology, capital and marketing network, are made by SMEs more successful in increasing innovation and business performance of the SMEs than those SMEs that do not use a networking resources. SMEs with a network resource can be able to increase production capacity and business, increase scale and improve the quality of SME products. OVOP model development in SMEs processed foods growing from below by SMEs and fairly evenly spreading, but still need support on self-reliance and human resource development.

Keywords: *resources connectivity, business networking, OVOP*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kegiatan IKM yang berkembang di Indonesia umumnya masih memerlukan dukungan dalam hal: bahan baku dan sumber daya manusia, permodalan, teknologi dan pemasaran. Hal ini

dikarenakan kegiatan industri tersebut memiliki peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena menopang pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, serta distribusi produk hasil pembangunan. Persoalan yang sering dihadapi hampir semua kegiatan Industri adalah dalam hal membina jalinan

hubungan dengan pihak lain seperti: pemasok, pembeli, lembaga permodalan, lembaga pusat teknologi dan lembaga pemasaran. Jalinan hubungan kerjasama dengan sesama pelaku industri ini bisa dilakukan dengan bergaul dalam komunitas industri dan berbagi informasi yang akan memperluas jaringan bisnis dan menumbuhkan kepercayaan dari rekan sesama pelaku usaha.

Pihak lain yang bisa diajak kerjasama tersebut biasanya disebut dengan lingkungan luar (eksternal). Banyak sekali peluang dan informasi bisnis seperti: pasar, permodalan, teknologi, bahan baku murah yang bisa diperoleh manakala berhubungan dengan jaringan bisnis. Disamping itu, kerjasama bisnis juga meningkatkan keuntungan dalam hal meningkatkan daya saing karena biaya produksi per unit menjadi lebih murah, serta diharapkan akan memberikan nilai tambah bagi produk tersebut agar dapat bersaing dengan produk luar negeri yang kian membanjiri wilayah Indonesia.

Penelitian Tiessen (1997) menemukan banyak kegiatan industri telah memandang aliansi strategis untuk mendukung pencapaiannya pada inovasi. Kemudian pada pemanfaatan kesepakatan kerjasama, lembaga dapat memperoleh akses ke sumberdaya kunci yang secara kritis digunakan untuk memelihara inovasi pada tingkat tinggi yang diperlukan untuk sebuah orientasi kewirausahaan. Sesungguhnya, kegiatan industri yang inovatif cenderung untuk memiliki lebih banyak aliansi R&D dan keragaman industri yang besar diantara jaringan kegiatan industri tersebut (Powell et al, 1996).

Sementara itu dalam rangka meningkatkan kemandirian dan kreatifitas IKM agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan berdaya saing diperlukan suatu gerakan yang berbasis wilayah produksi secara geografis dan

sosial-ekonomi, melalui pendekatan *One Village One Product (OVOP)*. Melalui gerakan diharapkan dapat dilakukan: pengembangan komoditas unggulan daerah yang memiliki potensi pemasaran lokal maupun internasional, peningkatan kualitas serta nilai tambah produk sehingga mampu bersaing dengan produk dari luar negeri (impor), dan peningkatan pendapatan masyarakat setempat (Anonim, 2010).

Dari gambaran *resources connectivity* dan OVOP pada IKM makanan olahan, perlu diketahui: *bagaimanakah gambaran jejaring sumber daya dan model inovasi resources connectivity? serta bagaimana model OVOP yang ada?* dengan melakukan studi pada IKM Makanan Olahan di Kota Magelang dan di Kabupaten Sidoarjo.

Tujuan Penelitian

1. Memperoleh gambaran jejaring sumberdaya pada IKM makanan olahan.
2. Mengamati model inovasi *resources connectivity* pada IKM makanan olahan di Kota Magelang.
3. Mengamati model OVOP pada IKM makanan olahan di Kabupaten Sidoarjo.

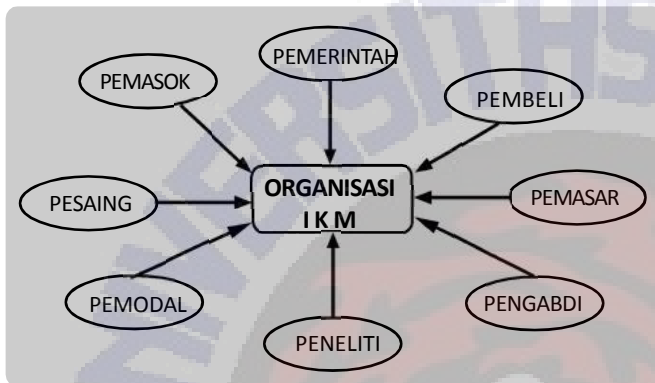
METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan analisis naratif-deskriptif, metode *Focus Group Discussion (FGD)*. Pada penelitian ini dilakukan penggambaran dengan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti (Nazir, 2005). Sedangkan analisis naratif-deskriptif berusaha menjelaskan sesuatu sesuai dengan runutan kejadian atau biasa disebut dengan kronologi, serta FGD untuk mengumpulkan informasi atau data interaksi yang dihasilkan dari diskusi diantara para partisipannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. PIHAK-PIHAK PADA MODEL INOVASI RESOURCES CONNECTIVITY

Pihak tersebut adalah pembeli (konsumen), pesaing (produsen lainnya) dan asosiasinya, pemasok, pemodal, pemasar atau pedagang (distributor), peneliti (ahli), pengabdian (LSM, PT) dan pemerintah seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1 Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Organisasi IKM (Stoner, 1985 diolah)

UMKM makanan dan minuman juga memiliki jaringan kerja seperti tabel di atas. Mulai dari prasarana dan sarana usaha, bahan baku-bahan penolong, proses produksi, proses pengolahan, kegiatan pemasaran dan pemeliharaan, semuanya bisa dikoneksikan dengan pihak lain seperti tersebut di atas.

Dalam konteks industri tahu, bahan baku kedelai, bahan penolong minyak goreng, ternyata pengindustri tahu bekerjasama dengan pemasok kedelai dari luar negeri, minyak goreng sudah dipasok oleh pedagang, alat pengepres tahu bisa dibantu oleh Perguruan Tinggi sehingga lebih baik dan presisi, ruang usaha/pabrik bisa diperbaharui dengan bantuan dari PT dan Pemerintah, bahan bakar untuk memasak dipasok oleh pemasok secara rutin dan berkesinambungan, bahkan produk yang

dihasilkan sudah dikoneksikan dengan pedagang atau pembeli yang membutuhkan.

STRATEGI MEMBANGUN KERJASAMA SUMBERDAYA

Organisasi tidak mampu bekerja sama dengan pihak lain bukan hanya karena tidak mau bekerjasama, namun karena ada hambatan antara lain: 1) tidak ada kepercayaan (*trust*), seringkali industri makanan gagal mendapatkan koneksi karena tidak dikenal atau kalau pun dikenal karena hal yang kurang baik, 2) tertutup, kurang percaya diri. Pengusaha IKM yang tertutup dan kurang percaya diri menyebabkan kurang memiliki pengetahuan dan pemahaman yang luas, 3) komunikasi yang kurang baik, hal ini biasanya membuat orang lain enggan menjalin kerjasama karena dianggap tak mampu menciptakan suasana yang seimbang, 4) hambatan fisik, misalnya tidak memiliki sarana komunikasi memadai, tidak memiliki jaringan yang luas, dan wilayah yang sulit dijangkau oleh pihak lain, 5) kurang informasi, akan sulit mengikuti komunikasi yang sedang dilakukan, 6) status yang berbeda, mempengaruhi motivasi akan menghambat komunikasi, 7) perspektif relatif, umumnya kegagalan bekerjasama karena pernah dicerai dalam bekerjasama.

Dalam berusaha, ada beberapa strategi yang bisa dilakukan diantaranya adalah membangun komitmen bekerjasama dan memilih sistem kerjasama, dengan sikap: 1) percaya dan dipercaya (kredibilitas), 2) konsisten, 3) paham persepsi, 4) menghargai dan membina hubungan baik, dan 5) toleran terhadap perbedaan.

Setelah mencoba membangun komitmen bekerjasama, tahapan selanjutnya adalah memilih sistem kerjasama yang paling menguntungkan, dengan melakukan: 1) kontrak, sistem ini disebut juga *future contract*, 2) sewa, ada penyerahan aset ke pihak lain dengan nilai dan jangka waktu tertentu, bagi hasil, secara bersama-sama atau sebagian, berbagi aset dan kewajiban sehingga dalam menerima hasilnya nanti disesuaikan dengan kontribusinya, 4) kerjasama sosial tanpa ikatan, untuk membantu pihak yang membutuhkan.

IKM MAKANAN OLAHAN DI KOTA MAGELANG

Kabupaten ini secara geografis terletak di wilayah Pulau Jawa yang merupakan kawasan Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011-2015 (MP3EI 2011-2015), yang salah satunya bertumpu pada potensi industri mikro kecil dan menengah produk makanan olahan berbasis produk pertanian lokal.

Macam dan Jenis Produk Industri Kecil

Produk yang dihasilkan oleh industri kecil makanan olahan ini ternyata cukup beragam di wilayah Kota Magelang. Keragaman macam dan jenis produk dari Industri kecil yang dilakukan oleh sampel di Kota Magelang cukup bervariasi. Dari sampel Industri kecil makanan olahan yang telah dikumpulkan tercatat ada 5 kelompok macam produk yaitu: tempe, tahu, aneka krupuk (rambak, stik), aneka kripik (rempeyek, singkong, kedele, paru), dan produk lainnya (slondok, susu kedele, telur asin). Jumlah terbanyak produk aneka kripik, diikuti oleh produk tahu, kemudian produk lainnya (slondok, susu kedele, telur asin), dan aneka krupuk dan tempe.

Untuk jenis produknya, paling banyak adalah jenis produk jadi yang siap konsumsi, sisanya merupakan produk setengah jadi yang siap diolah sebelum dikonsumsi, dengan daerah pemasaran di wilayah Jawa Tengah (Yogyakarta, Semarang dan sekitarnya) dan sebagian lagi di wilayah Jabodetabek. Yogyakarta merupakan tempat tujuan pemasaran produk makan olahan dari berbagai tempat, karena merupakan tempat yang banyak menjadi tujuan wisata dan konsumsi rumah tangga.

Sedangkan untuk bahan baku industri kecil makanan olahan ini sebagian besar adalah produk bahan baku lokal yang didapat dari wilayah kabupaten Magelang. Hal ini antara lain disebabkan wilayah Magelang merupakan wilayah yang potensial penghasil produk pertanian, terutama ketela singkong dan aneka produk palawija (ubi-ubian).

Untuk jenis produk makanan olahan tahu, ada potensi dalam aspek konektivitas sumber bahan baku dan peralatan usaha, pengembangan teknologi tepat guna, peningkatan kualitas produk, pengembangan produk andalan di suatu kawasan/wilayah produksi, dan tokoh inovasi produk.

Secara historis industri kecil makanan olahan di kota Magelang telah ada sejak lama dan di beberapa lokasi berawal dari industri perorangan yang berlanjut dengan berkembangnya industri sejenis oleh pelaku lainnya sehingga menjadi sentra industri, sering pula industri ini diikuti oleh Industri perorangan lainnya yang sebelumnya juga bekerja di tempat tersebut. Industri ini semakin berkembang antara lain karena kemudahan akses transportasi dan berkembangnya jasa atau pariwisata domestik yang mendorong berkembangnya industri makanan oleh-oleh di sekitar jalan raya nasional.

Produk Unggulan Makanan Olahan di Kota Magelang

Demikian pula wilayah kota Magelang memiliki produk unggulan makanan olahan yang menopang perekonomian daerah. Produk makanan olahan yang berasal dari industri kecil ini telah lama ada bahkan sejak periode tahun 1970-an yang terbukti mampu memenuhi kebutuhan di wilayah lokal Magelang dan sekitarnya dan mengisi pasar luar daerah hingga Yogyakarta dan Semarang.

Macam dan jenis produk yang ada di kota Magelang, dapat ditentukan produk unggulan makanan olahan berdasarkan kriteria kualitatif dari sisi penawaran (*supply*) yang meliputi: berciri khas daerah, tenaga kerja lokal yang besar, bahan baku lokal yang banyak, memiliki nilai tambah, berdaya saing tinggi, memiliki pasar yang cukup luas, ramah lingkungan, dan tingkat kesesuaian dengan tempat tersebut, kemudian dari sisi permintaan (*demand*) yang meliputi: memiliki nilai jual/harga produk yang cukup tinggi, macam dan jenis produk mampu bertahan keberadaannya (*existing*), memiliki tingkat preferensi konsumen, dan memiliki tingkat fleksibilitas produk yang baik.

Berdasarkan pertimbangan dari sisi penawaran dan permintaan produk makanan olahan, dapat ditentukan produk unggulan makanan olahan di kota Magelang adalah: aneka kripik ((kripik rempeyek, kripik singkong, kripik kedele, kripik paru, kripik tahu, kripik bayem, kripik gubi, kripik gembus, kripik usus, kripik tales) dan produk tahu. Adapun produk-produk ini di Magelang dari sisi penawaran memiliki keunggulan sebagai: produk-produk khas daerah Magelang, berbahan baku lokal dari Magelang dan sekitarnya, memiliki nilai tambah dan daya saing produk yang bagus, memiliki wilayah

pasar yang cukup luas, dan ramah lingkungan. Sedangkan dari sisi permintaan produk-produk ini memiliki keunggulan sebagai produk: dengan harga produk yang baik, tingkat eksisting yang baik, memiliki tingkat preferensi konsumen yang baik, dan untuk produk kripik memiliki tingkat fleksibilitas produk yang baik.

Sebagai produk unggulan makanan olahan perlu mendapatkan dukungan agar dapat terus berpotensi dan unggul dari sisi permintaan dan penawaran. Hal karena umumnya produk ini memiliki keterbatasan dalam hal proses produksinya sehingga masih bisa ditingkatkan proses produksi melalui penambahan bahan dan proses kemasan lanjutan dan bisa bertahan lebih lama dan lebih menarik penampilannya.

Jejaring Sumberdaya Makanan Olahan

Kegiatan produksi yang dilakukan oleh industri kecil makanan olahan secara teknis produksi memiliki jejaring sumberdaya yang menyangkut pada penggunaan: bahan baku, bahan bakar, dan tenaga kerja.

Penggunaan Bahan Baku

Bahan baku selalu dibutuhkan dalam setiap siklus kegiatan produksi, karena proses produksi merupakan aktivitas rutin yang selalu dilakukan hampir setiap hari selama setahun dan hanya libur pada saat hari raya atau pada musim tertentu yang berkaitan dengan lesunya pasar atau kelangkaan bahan baku pada beberapa jenis industri kecil tertentu. Kebutuhan untuk penggunaan bahan baku ini bisa menjadikan beban bagi industri kecil, apabila jumlah bahan baku yang dibutuhkan semakin bertambah, jumlah persediaan barang jadi yang belum terjual, serta penjualan barang jadi dengan pembayaran tertunda, karena modal kerja yang dibutuhkan menjadi bertambah.

Selama ini kebutuhan untuk penggunaan bahan baku bisa dikatakan selalu meningkat karena adanya kenaikan harga bahan baku, serta adanya kebutuhan untuk memenuhi kenaikan permintaan pasar pada musim tertentu atau memperluas pasar yang umumnya pembayaran tunai menjadi lebih lama. Karena itu penguatan jejaring bisnis yang mengarah pada kemudahan akses bahan baku untuk kegiatan produksi sangat dibutuhkan bagi industri kecil.

Kebutuhan biaya untuk bahan baku biasanya didapatkan dari modal sendiri (internal) industri yang didapat dari surplus industri dalam setiap kali proses produksi juga akan digunakan lagi untuk membeli bahan baku, namun jumlahnya juga menjadi terbatas karena masih banyak tertahan dalam bentuk persediaan bahan baku, persediaan barang jadi dan penjualan tunai yang tertunda. Oleh sebab itu tambahan modal kerja dari luar industri (eksternal) dari jejaring bisnis sangatlah membantu, karena industri kecil bisa mendapatkan dengan sistem non-tunai terutama untuk membeli bahan baku.

Penggunaan Bahan Bakar

Penggunaan bahan bakar untuk kegiatan produksi meliputi kayu bakar, bahan bakar gas elpiji dan solar pada sebagian industri kecil, serta listrik PLN. Selama ini bahan bakar yang digunakan dengan jumlah yang dominan adalah kayu bakar. Kebutuhan bahan bakar juga selalu dibutuhkan dalam setiap siklus kegiatan produksi yang dilakukan oleh industri kecil. Hal ini karena bahan bakar adalah barang komplementer yang dibutuhkan dalam proses produksi bersama dengan bahan baku. Kebutuhan untuk membiayai pengeluaran untuk penggunaan bahan bakar ini bisa menjadikan beban bagi industri kecil, apabila jumlah bahan bakar semakin bertambah.

Penggunaan Tenaga Kerja

Penggunaan tenaga kerja meliputi tenaga kerja laki-laki dan perempuan dalam kegiatan industri kecil dalam periode. Penggunaan tenaga kerja dalam proses produksi merupakan hal yang sangat penting, mengingat industri kecil makanan olahan merupakan kegiatan industri yang padat tenaga kerja dan mengandalkan ketrampilan tenaga kerja untuk menghasilkan produk yang spesifik dan unik sehingga disukai oleh konsumen. Selama ini tenaga kerja yang digunakan oleh Industri kecil cukup beragam ada beberapa jenis industri kecil makanan olahan yang tenaganya dominan perempuan.

Dalam industri kecil makanan olahan, penggunaan tenaga kerja ini umumnya diberi upah dengan sistem upah harian atau mingguan tergantung pada jenis kegiatan yang dilakukan dan jenis usaha. Selama ini penggunaan tenaga kerja perempuan cukup dominan. Hal ini dikarenakan industri makanan olahan, umumnya masih memerlukan ketrampilan untuk menghasilkan rasa dan kualitas lainnya.

Kontribusi Jejaring Bisnis

Wilayah pemasaran lokal dalam kabupaten, kota dan regional meliputi ibukota provinsi memberikan kontribusi nyata terhadap penerimaan usaha, karena penerimaan industri kecil merupakan nilai penjualan hasil produksi (kuantitas hasil dikalikan harga jual produk) yang dihasilkan oleh industri kecil dalam periode waktu tertentu dan dihitung dalam satuan rupiah. Walaupun secara spesifik setiap macam dan jenis produk memiliki wilayah pemasarannya sendiri, namun pada beberapa macam dan jenis produk Industri kecil ada yang memiliki wilayah pemasaran ke Yogyakarta, Semarang. Umumnya pelaku industri kecil makanan olahan yang memiliki wilayah pemasaran produk sampai ke

ibukota provinsi mempunyai penerimaan Industri yang lebih tinggi. Hal lain yang menjadi catatan adalah wilayah pemasaran yang luas tersebut akan memberikan kesempatan jejaring bisnis yang lebih baik, hal ini bisa dilihat dari sistem penjualan produk yang sebagian juga cenderung dengan sistem non-tunai dan menggunakan pembayaran melalui tranfer bank ke rekening pelaku industri kecil.

Resources Connectivity (RC)

Merupakan konsep jejaring sumberdaya berkembang menjadi kerangka kerja secara luas digunakan untuk menganalisis peran penting dari Industri kecil dalam mempromosikan kegiatan industri kecil makanan olahan. *Resources connectivity* atau jejaring sumberdaya dalam industri kecil makanan olahan ini meliputi: bahan baku, teknologi, tenaga kerja, dan permodalan.

Sumber bahan baku: untuk industri kecil makanan olahan sumber bahan baku umumnya ada dari sekitar wilayah setempat, namun demikian ada sumber bahan baku yang didapat dari luar daerah seperti bahan baku tepung tapioka, ada yang berasal dari luar Jawa seperti Lampung. Untuk kota Magelang bahan baku mentah seperti singkong berasal dari sekitar Magelang. Sedangkan untuk bahan baku kedelai didapat dari pedagang yang sebagian merupakan kedelai impor.

Kerjasama sumber bahan baku: dalam hal kerjasama sumber bahan baku yang paling menonjol adalah industri kecil yang berada pada klaster industri seperti Tahu di kota Magelang. Pada industri kecil Tahu, bahan kedelai ada yang dipesan bersama dalam satuan kuantitas yang besar dan waktu yang berkala, kemudian digunakan/dibagi sesuai kebutuhan produksi masing-masing industri kecil Tahu. Hal ini menjadikan penggunaan bahan baku menjadi lebih efisien terutama dalam hal biaya produksi.

Sedangkan untuk industri kecil makanan olahan aneka kripik di kota Magelang kerjasama sumber bahan baku (pisang, ketela singkong, tepung tapioka), belum dilakukan, karena masing-masing masih melakukan secara terpisah. Karena itu perlu diberdayakan kelompok usaha/industri kecil, sehingga ada skala bahan baku yang cukup untuk dikerjasamakan dalam pemesanan (*economic order quantity*) dan pemakaian bahan baku antar pengrajin dalam produk industri kecil makanan olahan yang sama.

Teknologi (*transfer of knowlegde*): teknologi yang mengarah pada *transfer of knowlegde* juga lebih menonjol pada industri makanan olahan yang berada klaster industri seperti produk Tahu di kota Magelang. Ini bisa dilihat dari indikator jenis peralatan yang digunakan sudah standar dan sama antar pengrajin Tahu, seperti: mesin selep, tungku masak, tungku tahu, cetakan, wajan, bronjong, tungku goreng.

Sedangkan untuk produk lainnya yang masih berada pada sentra-sentra industri, teknologi yang mengarah pada *transfer of knowlegde* belum terasa. Pada kelompok ini masing-masing pengrajin masih bersifat terpisah, dengan mengandalkan pada apa yang dimilikinya sendiri, terutama peralatan yang dimilikinya.

Tenaga kerja: tenaga kerja yang digunakan umumnya berasal dari sekitar wilayah tersebut yang bekerja secara upah harian dan bekerja rutin ditempat yang sama. Hampir tidak terjadi ada pertukaran atau perpindahan antar tenaga kerja dari satu pengrajin ke pengrajin lainnya dalam rangka jejaring sumberdaya.

Permodalan: unsur permodalan dalam industri kecil makanan olahan masih menggunakan modal internal dari dalam dan belum banyak memanfaatkan sumber modal dari luar seperti: perbankan, koperasi atau lembaga keuangan

lainnya untuk membiayai biaya produksi. Namun demikian secara tidak langsung dalam hal pembelian bahan baku kedelai untuk produksi Tahu, ada yang memperoleh kemudahan dalam hal pembelian bahan baku secara non-tunai.

Peralatan: alat produksi yang dimiliki industri kecil umumnya masih sederhana, dan merupakan alat produksi yang biasa digunakan industri rumah tangga secara manual dan ukuran kecil. Pada industri kecil Tahu di Magelang, peralatan yang ada diantara pengrajin Tahu sudah standar dan lebih baik dibanding pengrajin produk makanan olahan lainnya seperti: sale pisang, kripik pisang, dan aneka kripik.

2. MODEL OVOP PADA IKM DI KABUPATEN SIDOARJO

Pengembangan IKM dengan pendekatan *One Village One Product* (OVOP) bertujuan untuk menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal yang bersifat unik khas daerah serta meningkatkan daya saingnya. OVOP merupakan konsep untuk menghasilkan satu produk unggulan yang ada dalam suatu wilayah kawasan tertentu yang pada umumnya merupakan desa (*village*). Pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk berkelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal, dimana banyak bernaung industri kecil yang memiliki produk unggulan di sentra produksi tersebut. Kriteria produk OVOP tersebut diantaranya, produk unggulan daerah dan atau produk kompetensi inti daerah, produk unik khas budaya dan keaslian lokal, bermutu dan berpenampilan baik, berpotensi pasar domestik dan ekspor dan diproduksi secara kontinyu dan konsisten. Ada tiga prinsip dasar yang harus dipenuhi yaitu : (1) produk unggulan yang berbasis sumberdaya lokal namun berdaya saing global (*locally originated but globally*

competitive), (2) Industri mandiri dengan kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menjaga orosinalitas produk unggulan, (3) munculnya proses pengembangan sumberdaya manusia (*human resources development*). Kegiatan ini sebaiknya dilakukan dengan mendorong produk unggulan dan memiliki daya saing yang berasal dari keunggulan atau keunikan yang dimiliki daerah tersebut. Kegiatan ini melalui tahapan proses dari sumber bahan baku mayoritas yang berasal dari pertanian dan dikombinasikan dengan bahan baku dari sektor lain (Putra, ES. 2011).

Kabupaten Sidoarjo memiliki luas wilayah 71.963 hektar yang terbagi menjadi 18 Kecamatan. Jumlah penduduk pada tahun 2010 tercatat 1.945.252 jiwa dengan kepadatan penduduk sekitar 2.703 jiwa per km². Wilayah kabupaten Sidoarjo berada daerah delta diantara sungai Porong dan sungai Kalimas, di sebelah utara berbatasan dengan Kota Surabaya dan kabupaten Gresik, di sebelah Timur berbatasan dengan laut Jawa, di sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten Pasuruan dan di sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Mojokerto.

PRODUK UNGGULAN DI SENTRA IKM DESA TLASIH

OVOP adalah konsep satu desa satu produk (SDSP) merupakan suatu gerakan sosial yang tumbuh dari bawah ke atas (*bottom up*). Konsep dasar dari pengembangan gerakan OVOP adalah adanya interaksi antara pemerintah dan masyarakat, dimana peran masyarakat sangat dominan sebagai pihak yang memiliki kemampuan dan keinginan untuk mengembangkan produk atau potensi daerah yang dimilikinya. Model OVOP di kabupaten Sidoarjo ini bisa didekati dengan indikator: sentra usaha, persebaran industri kecil, jumlah dan jenis industri kecil.

Sentra: untuk wilayah kabupaten Sidoarjo sentra industri kecil makanan olahan aneka krupuk, terdapat di wilayah desa Jabon di daerah timur/pantai tengah kabupaten Sidoarjo, wilayah Gedangan dan desa Tlasi di wilayah tengah Kabupaten Sidoarjo yang telah lama berkembang.

Persebaran: produk makanan olahan ini penyebarannya ada cukup merata. Untuk persebaran di wilayah kabupaten Sidoarjo, ada di wilayah tengah kabupaten yaitu desa Tlasi yang berbasis bahan baku produk pertanian dari singkong berupa tepung tapioka, dan di wilayah pantai sebelah timur yang ada di desa Jabon, yang lebih banyak bahan baku dari ikan laut.

Jumlah dan jenis: untuk jumlah industri kecil makan olahan jumlah paling banyak adalah di desa Tlasi, desa Jabon, dan desa Gedangan. Untuk jenis produk industri makanan olahan di masing-masing desa meliputi: aneka produk kue, aneka produk krupuk, aneka makanan olahan hasil laut seperti: bandeng, kerang, udang, dll. Wilayah Kabupaten Sidoarjo memiliki produk unggulan makanan olahan yang mampu menopang perekonomian daerah. Produk makanan olahan yang berasal dari industri kecil aneka krupuk ini telah lama ada bahkan sejak periode tahun 1950-an yang terbukti mampu memenuhi kebutuhan di wilayah Jawa Timur dan mengisi pasar luar daerah hingga Kalimantan, Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, serta wilayah lainnya.

Produk unggulan makanan olahan di kabupaten Sidoarjo dapat ditentukan berdasarkan kriteria kualitatif dari sisi penawaran (*supply*) yang meliputi: berciri khas daerah, tenaga kerja lokal yang besar, bahan baku lokal yang banyak, punya nilai tambah, berdaya saing tinggi, pasar yang cukup luas, ramah lingkungan, dan tingkat kesesuaian tempat tersebut, kemudian dari sisi

permintaan (*demand*) yang meliputi: memiliki harga produk yang bagus, kemampuan bertahan (*existing*), tingkat preferensi konsumen, dan tingkat fleksibilitas produk yang baik.

Produk unggulan makanan olahan di kabupaten Sidoarjo dari sentra industri kecil di desa Tlasi, adalah: aneka krupuk (krupuk mawar, krupuk puli tahu, krupuk iris, krupuk manggar, krupuk keong, krupuk impala, krupuk uker). Dari sisi penawaran memiliki keunggulan sebagai: produk khas daerah, nilai tambah dan daya saing produk yang bagus, wilayah pasar cukup luas, dan ramah lingkungan. Sedangkan dari sisi permintaan produk ini memiliki keunggulan: harga produk yang baik, tingkat eksisting yang baik, dan memiliki tingkat preferensi konsumen yang cukup baik.

Namun demikian sebagai produk unggulan makanan olahan perlu mendapatkan dukungan agar produk tersebut dapat terus berpotensi dan unggul dari sisi permintaan oleh produsen dan sisi penawaran oleh konsumen. Hal dikarenakan pada umumnya produk-produk ini masih memiliki keterbatasan dalam hal proses produksinya sehingga masih bisa ditingkatkan proses produksi melalui penambahan bahan dan proses packing lanjutan dan bisa bertahan lebih lama dan lebih menarik penampilannya. Dalam kategori ini beberapa produk makanan olahan masih masuk produk yang sedikit memiliki proses olahan (*less processed food product*), yang akan sulit untuk meningkatkan menjadi produk berkualitas yang dapat menembus pasar nasional atau diterima di pasaran ekspor. Karena itu perlu insentif dari pemerintah untuk kegiatan *processing* dan *packing* makanan olahan, karena penguatan pada kegiatan ini akan mendorong kinerja pemasaran industri kecil makanan olahan.

KEMANDIRIAN DAN ORISINALITAS PRODUK UNGGULAN

Berdasarkan pertimbangan produk unggulan, maka ditetapkan desa Tlasi kecamatan Tulangan kabupaten Sidoarjo sebagai wilayah sentra industri makanan olahan untuk melihat kegiatan OVOP. Untuk macam dan jenis produk industri kecil yang ada di wilayah desa Tlasi kabupaten Sidoarjo, tersaji dalam Tabel 1, berikut:

Tabel 1. Macam dan Jenis Produk Krupuk di Desa Tlasi Kabupaten Sidoarjo

Diskripsi	Jumlah Industri Kecil	Prosentase (%)
1. Jumlah Sampel	50	
2. Macam Produk Krupuk		
Krupuk Mawar	11	22
Krupuk Puli Tahu	14	28
Krupuk Iris	9	18
Krupuk Impala	6	12
Krupuk Keong	5	10
Krupuk Manggar	5	10
3. Jenis Produk: setengah jadi (siap olah)	50	100

Dari Tabel 1, terlihat bahwa keragaman macam dan jenis produk dari industri kecil yang ada di desa Tlasi cukup homogen. Di kabupaten Sidoarjo dari 50 sampel industri kecil makanan olahan tercatat ada 6 kelompok besar macam produk krupuk yaitu: krupuk mawar, krupuk puli tahu, krupuk iris, krupuk impala, krupuk keong, dan krupuk manggar. Krupuk mawar dan krupuk puli tahu, termasuk produk makanan olahan yang banyak diproduksi di sentra krupuk desa Tlasi, sekitar 48%.

Hal menarik adalah produk makanan olahan jenis krupuk ini seluruhnya adalah jenis produk setengah jadi yang siap diolah sebelum dikonsumsi, dengan daerah pemasaran di wilayah Jawa Timur, Bali, Kalimantan, Sulawesi dan Nusa Tenggara, hingga Maluku dan Papua. Wilayah ini memang merupakan tempat tujuan

pemasaran produk makan olahan dari berbagai tempat, karena merupakan daerah yang masih mengandalkan produk dari daerah lainnya.

Adapun untuk bahan baku industri kecil makanan olahan ini sebagian besar adalah produk bahan baku lokal berupa tepung tapioka yang didapat dari wilayah provinsi Lampung. Hal ini antara lain disebabkan wilayah provinsi Lampung merupakan wilayah yang potensial penghasil produk palawija, khususnya ketela pohon (singkong) yang merupakan bahan baku utama dari tepung tapioka.

PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA

Untuk umur pelaku industri kecil di wilayah kabupaten Kabupaten Sidoarjo, dari 50 sampel industri kecil diperoleh data bahwa 14% berusia kurang dari 30 tahun, 49% pelaku industri kecil berusia antara 31- 45 tahun, dan 37% pelaku industri kecil berusia antara 46 - 60 tahun. Dengan struktur ini industri kecil makanan olahan memiliki potensi yang baik dari struktur umur, karena sebagian besar berusia produktif antara 31 - 45 tahun, yang masih responsif terhadap konektivitas sumber bahan baku dan peralatan usaha, pengembangan teknologi tepat guna, peningkatan kualitas produk, pengembangan produk andalan di wilayah produksi, dan tokoh inovasi produk.

Tenaga kerja yang digunakan oleh industri kecil umumnya berasal dari sekitar wilayah tersebut yang bekerja secara upah harian dan bekerja rutin di tempat yang sama. Hampir tidak terjadi ada pertukaran atau perpindahan antar tenaga kerja dari satu pengrajin ke pengrajin lainnya dalam rangka jejaring sumberdaya.

Penggunaan tenaga kerja dalam proses produksi umumnya padat tenaga kerja dan mengandalkan ketrampilan tenaga kerja untuk menghasilkan

produk yang spesifik dan unik sehingga disukai oleh konsumen. Tenaga kerja yang digunakan oleh industri kecil ini sebagian besar tenaga kerjanya laki-laki. Hal ini karena masing-masing jenis industri kecil makanan olahan memiliki karakteristik yang berbeda, karena mengandalkan tenaga, ketelitian dan rasa.

Sistem pengupahan dalam industri kecil makanan olahan pada penggunaan tenaga kerja ini umumnya di upah dengan sistem upah borongan, selain ada pula yang menggunakan sistem upah harian atau mingguan tergantung pada jenis kegiatan yang dilakukan dan jenis industri makanan olahan yang diproduksi. Pada sisi lain seringkali pula muncul tuntutan kenaikan upah seperti yang dilakukan pada pekerja di pabrik.

KESIMPULAN

1. Jejaring sumberdaya yang dilakukan oleh IKM lebih berhasil meningkatkan kinerja industri IKM dari pada IKM yang tidak memiliki jejaring sumberdaya. Hal ini bisa terlihat pada industri kecil makanan olahan. IKM dengan jejaring sumberdaya mampu meningkatkan kapasitas produksi dan usahanya, meningkatkan skala industri dan meningkatkan kualitas produk IKM makanan olahan.
2. Model inovasi *resources connectivity* pada IKM makanan olahan di kota Magelang, mulai nampak pada beberapa jenis produk.
3. Model OVOP pada IKM makanan olahan aneka krupuk di Kabupaten Sidoarjo, tumbuh dari bawah oleh IKM dan cukup merata persebarannya, namun demikian masih memerlukan dukungan pada kemandirian dan pengembangan sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2010. *Pengembangan Produk Unggulan Daerah Melalui Pendekatan*

OVOP (One Village One Product). Bidang Pengkajian Sumberdaya IKM, Kementerian Koperasi dan IKM Republik Indonesia.

Hakim, NF. 2006. Strategi Peningkatan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kinerja Teknologi Informasi dan Inovasi Teknologi (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Konstruksi Swasta Skala Besar di Indonesia). *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.

Kaplan, S.M. 2000. Innovating Professional Services. *Consulting Management*, Burlingame, May, Vol.11, Iss.1, Pg.30.

Parasuraman, et al. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol. 60, No. 2 (Apr., 1996), pp. 31-46. Published by: American Marketing Association.

Porter, M.E. 1994. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press.

Roper, et al. 2006. *The Scottish Innovation System: Actors, Roles and Action*. Aston Business School. Birmingham. s.roper@aston.ac.uk

Tsai, W.2001. Knowledge transfer in intra-organizational networks: effects of network position and absorptive capacity on business. *Journal: Academy of Management Journal*, Oct 2001, Volume: 44 Issue: 5 pp.996-1004.

Putra, Edi Setiadi. 2011. *Perancangan Diversifikasi Produk Berbasis Tenun Songket Khas Nagari Halaban Kab. Limapuluh Kota Provinsi Sumatera Barat*. Hasil Penelitian: Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat. Institut Teknologi Nasional Bandung.