

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Meskipun tergolong industri kecil dan menengah yang terbentuk tidak secara alami, masih dalam tahap embrio, dan tidak beraglomerasi antarindustri yang menyebabkan hilangnya kemungkinan terciptanya eksternalitas ekonomi, nyatanya pada Klaster Batik Semarang (KBS) ditemukan pola-pola kerja sama, baik kerja sama dengan aktor luar anggota klaster (eksternal) maupun kerja sama antarsesama anggota klaster (internal) serta inovasi-inovasi yang telah terdifusi di antara para anggotanya. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa jaringan kerja sama memiliki kontribusi secara parsial pada proses inovasi, yang juga berhasil menembus batasan spasial di sistem sosial KBS. Hasil yang diperoleh tidak terlepas dari beberapa faktor, di antaranya peran kemajuan teknologi informasi dan komunikasi seperti internet, keberadaan KBS sendiri sebagai sebuah organisasi yang mengikat, serta faktor-faktor non-laten pada individu-individu yang tergabung di dalamnya.

Penciptaan atau pengadopsian inovasi oleh para inovator, yang merupakan proses masuknya inovasi pada sistem sosial KBS pertama kali secara dominan tidak dipengaruhi oleh kerja sama dengan aktor eksternalnya, tetapi lebih kepada penggunaan internet. Hal tersebut dikarenakan dengan keberadaan teknologi internet memungkinkan pertukaran informasi pada jarak yang sangat jauh, dan memungkinkan transmisi, penyimpanan dan akses konteks yang lebih canggih dan kompleks. Hasilnya adalah penurunan biaya komunikasi untuk transmisi informasi dan pengetahuan, baik yang bersifat eksplisit maupun *tacit*, tanpa membatasi jarak geografis. Dengan keberadaan teknologi internet, kebutuhan-kebutuhan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam proses penciptaan inovasi tidak lagi hanya bertumpu pada aktor-aktor eksternal melalui kerja sama semata. Malahan peran kerja sama dengan aktor eksternal yang secara teoretis digunakan oleh IKM untuk mendapatkan akses terhadap informasi dan pengetahuan dalam pengembangan inovasi, pada studi kasus KBS telah tergantikan dengan teknologi internet itu sendiri.

Sementara pada proses persebaran inovasi, jaringan kerja sama terbukti memiliki kontribusi di dalamnya. Hal tersebut tidak terlepas dari keberadaan organisasi KBS sendiri. Dengan adanya Organisasi KBS, menjadikan para anggotanya memiliki pengetahuan tentang “*know-who*”, yaitu siapa aktor-aktor yang memiliki potensi dapat mengembangkan usaha secara bersama, sehingga atribut kerja sama internal anggota klaster cenderung lebih baik dibandingkan dengan kerja sama eksternalnya. Proses kontribusi kerja sama terhadap persebaran inovasi diawali dari

kerja sama. tentang keperluan produksi, seperti kerja sama input, proses dan pemasaran. Hasil transaksi ekonomi yang baik antar anggota kluster menciptakan kepercayaan antar mitra usahanya, yang kemudian mendorong terjadinya pola tingkat laku lainnya, seperti pertukaran informasi dan penyelesaian masalah bersama yang pada akhirnya menciptakan peluang terjadinya difusi inovasi antar mitra internalnya.

Meskipun terbukti memiliki kontribusi terhadap difusi inovasi, akan tetapi kerja sama internal tidak dapat memastikan terjadinya difusi inovasi. Hal tersebut dikarenakan difusi inovasi terjadi apabila seorang penerima sudah menerima dan menggunakan suatu inovasi. Untuk dapat sampai menerapkan sebuah inovasi, perlu dilalui proses keputusan, apakah sang penerima akan menerima suatu inovasi atau tidak. Keputusan ini, pada kasus KBS, dipengaruhi oleh beberapa faktor non-laten, antara lain, atribut inovasi, kemungkinan untuk disubstitusi dan kepribadian individu seperti kepemimpinan lokal, inisiatif dan kemauan individu, kapasitas belajar otodidak, dan daya adaptasi terhadap perubahan.

Teori tentang kluster acap kali membahas mengenai konteks spasial, bagaimana unit-unit usaha beraglomerasi sehingga memberikan dampak eksternalitas ekonomi. Eksternalitas ekonomi yang ditimbulkan tidak terlepas dari difusi inovasi, bagaimana unit-unit usaha yang saling beraglomerasi cenderung lebih mudah melakukan pertukaran informasi dan pengetahuan yang berujung pada terdifusinya suatu inovasi, dibandingkan dengan mereka yang tidak tergabung dalam sistem aglomerasinya. Penelitian ini sekaligus mengkonfirmasi bahwa pada kasus KBS ternyata faktor kedekatan spasial tidak mempengaruhi difusi inovasi. Hasil temuan penelitian menunjukkan inovasi pada KBS inovasi terdifusi secara sporadis dan acak, dari satu perajin ke perajin lainnya tanpa memandang kedekatan geografis, dan lebih bertumpu kepada kedekatan personal yang dimanifestasikan dalam bentuk kerja sama.

Dengan adanya jejaring kerja sama dan inovasi pada perajin batik yang terhimpun dalam KBS, maka industri batik di Kota Semarang memiliki potensi untuk menciptakan keunggulan kompetitif guna mengejar ketertinggalan dan bersaing dengan kompetitor lainnya. Tentunya untuk mencapai tahap tersebut proses inovasi dari hulu ke hilir pada KBS perlu dikembangkan dan disesuaikan dengan karakteristik perajin di Kota Semarang. Diharapkan dengan terciptanya iklim inovasi yang disusul keunggulan kompetitif pada industri batik, dapat berkontribusi terhadap pembangunan wilayah Kota Semarang.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan penelitian, maka dapat disusun rekomendasi-rekomendasi yang dapat diberikan untuk Pemerintah atau *stakeholder* dalam rangka pengembangan industri batik di Kota Semarang, terutama dalam kaitannya dengan kerja sama dan inovasi pada industri batik.

Rekomendasi-rekomendasi tersebut kemudian dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu rekomendasi untuk pemerintah, untuk anggota klaster dan untuk penelitian selanjutnya. Berikut merupakan rekomendasi-rekomendasi yang diusulkan berdasarkan hasil penelitian ini:

a. Pemerintah

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk pemerintah di antaranya:

- **Mengadakan program untuk pengembangan inovasi pemasaran yang dapat diterima para perajin.** Saat ini, dari inovasi-inovasi yang ditemukan pada KBS, inovasinya berupa inovasi produk dan proses, sementara untuk inovasi pemasaran belum ditemukan terdifusi antarsesama anggotanya. Sebetulnya pemerintah telah mengadakan bantuan terkait pemasaran dengan pengadaan gerai batik bersama, serta pelatihan pemasaran secara *online*, namun hal tersebut ternyata belum dapat diterapkan dengan maksimal oleh anggota klaster, karena preferensi dari anggotanya. Hasilnya saat ini pemasaran produk batik di Kota Semarang, hanya didominasi oleh pangsa pasar regional saja. Dalam penyusunan program, sebaiknya melalui proses *bottom up* agar program tersebut sesuai dengan kebutuhan dan preferensi perajin batik Kota Semarang, lebih khusus anggota klaster.
- **Penyediaan koperasi bersama untuk menyediakan bahan baku produksi.** Saat ini seluruh bahan baku untuk keperluan produksi anggota klaster dipasok dari Kota Solo atau Pekalongan. Dampaknya, biaya transportasi disertakan ke dalam biaya produksi, kemudian hal ini mempengaruhi harga produk Batik Semarang, yang saat ini cenderung memiliki harga yang lebih tinggi dibanding produk-produk Batik Solo maupun Pekalongan. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap daya saing industri Batik Semarang. Dengan adanya koperasi bersama yang menyediakan bahan baku, tentunya ongkos transport dapat dipotong sehingga biaya produksi lebih rendah. Dengan biaya produksi rendah para perajin dapat memasarkan produknya dengan harga yang lebih rendah pula, dan diharapkan dapat bersaing dengan produk batik lainnya.

b. Anggota Klaster

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk anggota klaster di antaranya:

- **Membangun jejaring kerja sama, baik eksternal maupun internal.** Kerja sama baik eksternal dan internal sama-sama menghasilkan efektivitas produksi serta pertukaran informasi dan pengetahuan yang dapat mendukung IKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Dalam kaitannya dengan proses inovasi, kerja sama eksternal bagi anggota klaster dapat menciptakan peluang untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan yang baru, yang tidak bisa didapatkan dari sistem sosial. Sementara kerja sama internal memungkinkan anggota klaster untuk mengakses

informasi dan pengetahuan terbaru terkait pengembangan usaha batik, yang sedang populer di sistem sosialnya, untuk kemudian dapat menciptakan daya saing bagi usaha batiknya agar tidak tertinggal. Diharapkan anggota kluster lebih melihat kerja sama sebagai sebuah peluang pengembangan bisnis dan lebih peka terhadap keberlangsungannya.

- **Mengikuti kegiatan atau pelatihan.** KBS, sebagai sebuah organisasi dapat menjadi media transfer informasi dan pengetahuan yang baik bagi para anggotanya. Informasi-informasi terkait pelatihan dan kegiatan yang diadakan pemerintah maupun pelatihan kluster dapat dengan mudah diakses oleh para anggotanya. Pelatihan dan kegiatan tersebut tentunya sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha perajin batik. Diharapkan para anggota kluster dapat rutin mengikuti pelatihan atau kegiatan yang diadakan guna meningkatkan keterampilan dan kemampuan dalam usaha batik
- **Aktif mencari informasi terkait perkembangan industri batik melalui internet.** Saat ini internet sudah menjadi gerbang dari segala sumber informasi. Teknologi internet memungkinkan pertukaran informasi pada jarak yang sangat jauh, dan memungkinkan transmisi, penyimpanan dan akses konteks yang lebih canggih dan kompleks, hasilnya informasi dapat dengan mudah diakses tanpa mempertimbangkan jarak geografis. Informasi perkembangan batik pun dapat dengan mudah diakses melalui teknologi internet. Teknologi internet saat ini dapat menjadi "*knowledge spillover*" bagi para perajin batik di Kota Semarang, terutama anggota kluster untuk mengetahui seberapa jauh tingkat perkembangan usaha pesaingnya. Apa lagi informasi-informasi dalam bentuk pengetahuan seperti metode membatik atau produk batik terbaru dapat ditransmisikan lewat aplikasi video seperti *Youtube* sehingga memudahkan anggota kluster untuk berkreasi dalam mengembangkan inovasinya.

c. **Penelitian Selanjutnya**

Rekomendasi bagi penelitian selanjutnya didasari oleh kelemahan-kelemahan yang ada pada penelitian ini, yang menurut penulis masih dapat disempurnakan. Rekomendasi-rekomendasi tersebut antara lain:

- **Secara Metode**
 - **Penambahan variabel dalam menentukan status inovasi.** Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan untuk menguji perbedaan antara inovator dan non-inovator menggunakan variabel kerja sama eksternal, yang hasilnya tidak terbukti berpengaruh terhadap status inovasi seseorang. Kerja sama eksternal dapat dikaitkan dengan apa yang disebut Rogers (1995) dengan saluran komunikasi, sementara masih ada variabel lainnya, seperti karakteristik sosial ekonomi dan kepribadian individu, yang pada

penelitian ini belum turut disertakan. Diharapkan dengan penyertaan variabel tersebut dapat mengetahui, faktor apa saja yang mempengaruhi status inovasi seseorang.

- **Penyempurnaan penilaian variabel bebas.** Pada penelitian ini terdapat dua analisis dengan masing-masing memiliki variabel bebasnya, yaitu status inovasi dan difusi inovasi. Masing-masing variabel tersebut, hanya memiliki rentang nilai 0-1, hasilnya, uji coba statistik menunjukkan hasil yang sangat kontras, jika berhubungan, kekuatan hubungan yang ditunjukkan sangat erat, sementara jika tidak memiliki hubungan, hasil yang ditunjukkan sangat tidak erat. Perlunya pendalaman teori terkait variabel bebas agar dapat memperluas dimensi variabel tersebut, sehingga hasil uji statistik yang dihasilkan dapat lebih akurat.
- **Penggunaan metode lainnya.** Pada penelitian ini, untuk menguji hipotesis penelitian, penulis menggunakan alat analisis statistik sederhana, yaitu *crosstab*. Fakta yang didapat adalah pada analisis jejaring kerja sama internal dan difusi inovasi, variabel bebas memiliki hubungan dengan variabel terikat, tanpa mengetahui seberapa besar peran dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mendapatkan hasil analisis yang lebih baik, dan mengungkap fakta secara akurat, sebaiknya digunakan metode statistik yang lebih lanjut, seperti analisis statistik regresi, SEM atau analisis lainnya.

- **Secara Teori**

- **Menginvestigasi peran keruangan dalam konteks klaster.** Definisi klaster terus menjadi perdebatan dari para ahli dan peneliti di masing-masing bidang. Dalam konteks ekonomi, secara garis besar klaster adalah sekumpulan unit usaha yang saling terhubung dalam konteks peningkatan nilai tambah dari hulu ke hilir, yang memiliki kedekatan geografis satu sama lain demi mencapai keunggulan kompetitif. Peneliti menyimpulkan bahwa tujuan utama dari klaster adalah menciptakan keunggulan kompetitif melalui jejaring antarunit usaha, dengan faktor kedekatan spasial sebagai pendukung utama kekuatan jejaring tersebut. Akan tetapi batasan geografis yang sering ditekankan pada konsep klaster masih kabur dan tidak memiliki indikator jarak yang jelas, bagaimana sekumpulan unit usaha yang berjejaring dapat disebut klaster. Alih-alih memperjelas lingkup geografisnya, unit usaha yang berjejaring dan menghasilkan keunggulan kompetitif dapat disebut klaster, baik klaster skala lokal, regional, nasional, maupun internasional (lintas-negara).

Pada studi kasus Klaster Batik Semarang misalnya, meskipun menyandang sebutan klaster pada namanya, akan tetapi antarunit usahanya tidak beraglomerasi pada satu titik yang jelas seperti klaster industri batik lainnya, contohnya pada klaster industri

batik di Solo atau Pekalongan. Para perajin batiknya terpecah di berbagai kecamatan yang ada di Kota Semarang. Meski begitu tetap ditemukan jejaring usaha antarperajin batik, baik itu yang berhubungan dengan proses produksi fisik maupun pertukaran informasi dan pengetahuan yang keduanya mengarah pada tercapainya keunggulan kompetitif. Malahan jejaring-jejaring usaha (kerja sama) yang ditemukan pada studi kasus Klaster Batik Semarang tidak dipengaruhi batas geografis. Dengan begitu menjadi pertanyaan, dengan lokasinya yang tersebar, namun memiliki jejaring kerja sama guna menciptakan keunggulan kompetitif, dapatkah Klaster Batik Semarang disebut klaster? Jika demikian, bagaimana peran batasan geografis dalam mendukung konteks klaster saat ini? Manakala teknologi transportasi dan informasi telah berkembang lebih pesat dibanding saat konsep-konsep klaster tersebut dicetuskan. Dengan begitu perlu diteliti lebih jauh bagaimana peran keruangan pada konteks klaster di era perkembangan teknologi ini. Lebih spesifik peran keruangan dalam kaitannya dengan jejaring kerja sama dan inovasi pada klaster industri.