

LAPORAN HASIL PENELITIAN

**PERANCANGAN STRATEGI DAN PENYUSUNAN
MASTERPLAN PENGEMBANGAN
PRODUK UNGGULAN DAERAH (PUD) DI. YOGYAKARTA**



Oleh:

Dr. Suparmono, M.Si

**Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen
Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta
2020**

LAPORAN HASIL PENELITIAN

Identitas Penelitian

Nama Pembimbing : Penelitian Mandiri .
Nama Peneliti : Dr. Suparmono, M.Si.
Tahun : 2020

Keterangan Umum

Judul penelitian : Perancangan Strategi dan
Penyusunan Masterplan Pengembangan
Produk Unggulan Daerah (Pud) Daerah
Istimewa Yogyakarta
Lama penelitian : 6 bulan, 24 hari
Jangka waktu penelitian
a. Tanggal mulai : 7 Februari 2020
b. Tanggal berakhir : 31 Agustus 2020
2. Lokasi penelitian : Indonesia

Keterangan Khusus

Hasil pelaksanaan penelitian : 100%
1. Pendahuluan : Telah Direvisi
2. Gambaran umum objek penelitian : Tidak Ada Revisi
3. Tinjauan pustaka : Sudah Direvisi Menambahkan Referensi
4. Pembahasan/Analisis data : Tidak Ada Revisi
5. Kesimpulan dan saran : Revisi Redaksional

Yogyakarta, 7 September 2020

(Dr. Suparmono, M.Si.)

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Hasil Penelitian Ini Telah Diterima dan Disetujui Oleh:

Waket I

(Dra. Retno Hartati, MBA)

Direktur LMP2M

(Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.BA)

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan	5
1.3 Keluaran	5
1.4 Lingkup Kegiatan	5
1.5 Masukan/ <i>Input</i>	6
1.6 Keluaran/ <i>Output</i>	6
BAB II KERANGKA TEORI	8
2.1. Filosofi Perencanaan	8
2.2. Bentuk-bentuk Perencanaan	9
2.3. <i>Road Map</i> dan Strategi	15
2.4. Permasalahan Implementasi Perencanaan Pembangunan Ekonomi	18
2.5. Produk/Komoditas Unggulan	20
2.6. Pengertian Pendapatan Nasional	23
2.7. Kegunaan Statistik Pendapatan Nasional	25
2.8. Konsep Dan Definisi PDB Pengeluaran	26
2.9. Defenisi daya Saing daerah	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Metode Penelitian	31
BAB IV ANALISIS DATA	37
4.1 Perekonomian Kabupaten Bantul	37
4.2 Rencana Aksi Pengembangan Pengembangan Produk Unggulan Daerah Pengolahan Industri Batik Tulis Kabupaten Bantul	45
4.3 Kabupaten Gunungkidul	55
4.4. Kabupaten Kulon Progo	64
4.5. Rencana Aksi Pengembangan Pengembangan Produk Unggulan Daerah	

Pengolahan Gula Kelapa Kristal Kabupaten Kulon Progo	77
4.6 Kota Yogyakarta	92
4.7 Kabupaten Sleman	113
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	123
5.1. Kesimpulan	123
5.2. Rekomendasi	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengacu Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 8 Tahun 2008 tentang Tahapan, Tata Cara Penyusunan, Pengendalian dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan Daerah. Perencanaan pembangunan daerah merupakan satu kesatuan dalam sistem perencanaan pembangunan nasional, yang dilakukan pemerintah daerah bersama para pemangku kepentingan berdasarkan peran dan kewenangan masing-masing, berdasarkan kondisi dan potensi yang dimiliki masing-masing daerah, sesuai dinamika perkembangan daerah dan nasional.

Tolok ukur pencapaian pembangunan dapat dilihat atau diukur melalui dua indikator yang terdiri dari indikator ekonomi dan indikator sosial. Indikator ekonomi meliputi laju pertumbuhan ekonomi, struktur ekonomi wilayah, dan distribusi pendapatan. Sedangkan indikator sosial meliputi: Indeks Pembangunan Manusia (IPM), angka kemiskinan dan tingkat pengangguran (Tamberan *et al.*, 2020).

Dampak distribusi regional yang tidak merata dari sumber daya fiskal pada pertumbuhan ekonomi merupakan sebuah masalah yang sering diabaikan. Pengaruh distribusi pendapatan di antara penduduk pada perekonomian suatu negara dapat dianggap sejalan dengan distribusi sumber daya fiskal antar daerah terhadap perekonomian nasional. Tinjauan pustaka tentang dampak ketimpangan pendapatan pada pertumbuhan ekonomi mungkin memberikan beberapa wawasan tentang subjek utama investigasi (Huang and Chang, 2020). Sementara itu, globalisasi belum menghapus pentingnya arti wilayah atau lokalitas. Wilayah dengan konteks ekonomi, sosial, dan kelembagaan lokal yang berbeda tetap menjadi hal penting untuk pemerataan distribusi dan pendapatan antar penduduk (Zhu, Yu and He, 2020).

Perencanaan pembangunan daerah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem perencanaan pembangunan nasional yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004. Menurut Undang-Undang ini, Pemerintah Daerah (Provinsi,

Kabupaten, dan Kota) merupakan entitas penyusun rencana pembangunan yang dikoordinasikan oleh Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah/Bappeda (Pasal 33 ayat (2)).

Barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara, baik domestik maupun impor di pasar faktor produksi (modal, tanah, dan tenaga kerja) di setiap wilayah sangat menentukan kinerja perekonomian negara tersebut, termasuk daerah-daerah yang ada di negara tersebut (Ribeiro *et al.*, 2020). Langkah pertama untuk mewujudkan tujuan pembangunan dalam konteks manajemen pembangunan adalah dengan menyusun perencanaan pembangunan. Sebagai fungsi yang pertama memiliki peran penting yang cukup fundamental, karena akan menjadi dasar pijakan bagi pelaksanaan fungsi-fungsi berikutnya. Berhasil tidaknya proses pembangunan daerah akan sangat tergantung pada sejauh mana kualitas perencanaan dapat dijadikan sebagai dasar pijakan yang kuat dan berkualitas untuk tahap selanjutnya. Hal ini bukan berarti bahwa fungsi-fungsi yang lainnya tidak penting, melainkan bahwa perencanaan yang baik akan menjadi fondasi yang kuat, dan akan mempengaruhi kekuatan dan kualitas pilar-pilar manajemen pembangunan lainnya, yang secara keseluruhan merupakan suatu sistem yang saling terkait, saling mempengaruhi dan saling mendukung bagi terciptanya pembangunan yang efektif dan efisien (Quintana *et al.*, 2020).

Khususnya di China, bisa diringkas sebagai berikut. (1) Peneliti telah mengukur tingkat dan pola ketimpangan di berbagai skala untuk menilai sejauh mana ketimpangan (Li, Wei and Swerts, 2020). Potensi ekonomi daerah adalah kemampuan ekonomi yang ada di daerah yang mungkin dan layak dikembangkan menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat mendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya secara berkesinambungan serta peningkatan daya saing. Oleh karena itu, pembangunan ekonomi daerah perlu memberikan solusi jangka pendek dan jangka panjang terhadap isu-isu ekonomi daerah yang dihadapi, dan perlu mengoreksi kebijakan yang kurang tepat.

Salah satu bagian dari pembangunan daerah adalah pengembangan potensi yang dimiliki. Namun demikian, kegiatan tersebut tidaklah semudah membalikkan

telapak tangan, ada beberapa kendala yang dihadapi, seperti tidak tersedianya informasi berdasarkan hasil kajian akademis dan analisa secara komprehensif tentang kelayakan sebuah usaha berkaitan dengan potensi yang tersedia. Untuk mencapai tujuan pembangunan daerah yang terkait dengan potensi yang dimiliki perlu dilakukan upaya yang sungguh-sungguh dengan memperhatikan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Komitmen dari kepala daerah untuk mengembangkan sektor-sektor potensi dan disusun skala prioritas dengan melakukan identifikasi sektor-sektor unggulan atau yang berpotensi dikembangkan.
2. Melakukan kajian potensi secara komprehensif terhadap sektor-sektor potensi yang diprioritaskan untuk dikembangkan.
3. Melakukan kajian pasar untuk menentukan wilayah pemasaran, baik di dalam maupun luar negeri.
4. Melakukan promosi ke wilayah sasaran menggunakan berbagai media, seperti media cetak, elektronik, internet.
5. Kebijakan pemerintah untuk menjaga stabilitas dan pengembangan produk unggulan tersebut.

Produk unggulan daerah berdasarkan hasil kajian Disperindagkop Provinsi DIY dalam Laporan Tahunan (2009) merupakan produk yang memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik produk unggulan di Provinsi DIY adalah: a) pemakaian bahan baku lebih dari 70%, b) penyerapan tenaga kerja lebih dari 70%, dan c) pemasaran (pasar ekspor lebih dari 90% dan pasar domestik/dalam negeri kurang dari 10%). Berdasarkan kriteria ini, maka jenis-jenis komoditas unggulan daerah di Provinsi DIY adalah pakaian jadi, sarung tangan kulit, kerajinan kulit, mebel kayu, kerajinan kayu, kerajinan anyaman, kerajinan tanah liat, batik dan kerajinan perak. Jenis-jenis produk unggulan ini juga sesuai dengan jenis produk unggulan dalam Laporan Keterangan Pertanggungjawaban Gubernur DIY Tahun 2008.

Salah satu keunggulan utama sebuah pemerintah daerah dalam mengelola daerahnya adalah berhasilnya mengembangkan Penghasilan Asli Daerah (PAD) yang diperoleh dari penggalan potensi yang ada di kota tersebut. Potensi tersebut dapat

berupa potensi sumber daya alam, potensi industri, perdagangan, pariwisata, perhotelan, perkebunan, area parkir, dan potensi-potensi lainnya yang memungkinkan bisa menghasilkan pemasukkan bagi keuangan daerah.

Pemerintah daerah dipacu untuk meningkatkan kemampuan seoptimal mungkin dalam membiayai urusan rumah tangganya sendiri. Adapun cara yang ditempuh adalah dengan cara menggali segala sumber dana dan daya yang potensial di daerah tersebut. Dalam kaitannya dengan penerapan otonomi luas kepada daerah (merencanakan, menggali, mengelola, dan menggunakan keuangan daerah sesuai dengan kondisi daerah) komponen Pendapatan Asli Daerah (PAD) dapat dipandang sebagai pencerminan dari keikutsertaan dalam membiayai penyelenggaraan pemerintah serta pelaksanaan pembangunan. Semakin kecil sumbangan PAD terhadap APBD, berarti semakin besar ketergantungan suatu daerah kepada pemerintah pusat.

Di sisi lain, kebanyakan pengelola daerah kurang jeli dalam melihat peluang dan potensi yang ada di daerahnya untuk dikembangkan menjadi sumber pendapatan daerah tersebut. Selain itu juga belum teridentifikasi secara detil mengenai potensi-potensi yang ada, dan belum ada usaha aktif untuk melakukan hubungan dengan investor baik domestik, nasional, maupun internasional. Hal tersebut terjadi antara lain karena belum optimal institusi daerah dalam memasarkan potensi daerahnya. Oleh karena itu, perencanaan pengembangan potensi daerah diperlukan. Perencanaan pengembangan potensi ekonomi daerah merupakan pekerjaan yang terintegrasi dan berkesinambungan antara satu kegiatan dengan kegiatan lainnya, atau antara satu bagian tugas dengan bagian tugas lainnya, atau antara satu *stakeholder* dengan *stakeholder* suatu daerah. Sebagai contoh, pengembangan sebuah kawasan wisata akan berkaitan dengan penyiapan industri perhotelan, cinderamata, dan makanan. Berdasarkan perencanaan pengembangan potensi daerah tersebut dapat dilakukan evaluasi keberhasilan pembangunan ekonomi daerah.

Berdasarkan peran penting komoditas unggulan terhadap perekonomian daerah, maka disusunlah proposal penelitian mandiri dosen STIM YKPN Yogyakarta

yang berjudul **Perencanaan Pengembangan Produk Unggulan Industri Daerah, DI. Yogyakarta Tahun 2018.**

1.2 Maksud dan Tujuan

1.1.1. Maksud

Maksud dari penelitian mandiri dosen STIM YKPN Yogyakarta ini adalah untuk mengetahui deskripsi kondisi, merumuskan strategi pengembangan, dan merancang rencana pengembangan produk unggulan daerah DI.Yogyakarta yang dapat digunakan sebagai *input* dalam perencanaan pembangunan daerah.

1.1.2. Tujuan

Secara umum, tujuan penelitian mandiri dosen STIM YKPN Yogyakarta ini adalah menyusun Perencanaan Pengembangan Produk Unggulan Industri Daerah, DI.Yogyakarta Tahun 2018. Secara khusus, tujuan penelitian ini meliputi:

- a. Inventarisasi data-data tentang produk unggulan di DI.Yogyakarta,
- b. Mendeskripsikan dan menganalisis kondisi riil produk unggulan yang ada di masing-masing kabupaten dan kota di di DI.Yogyakarta,
- c. Mengetahui dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan produk unggulan dan industri kreatif,
- d. Merumuskan kebijakan, strategi dan program pengembangan produk unggulan.

1.3 Keluaran

Tersusunnya Dokumen penelitian mandiri dosen STIM YKPN Yogyakarta yang berjudul Strategi dan Penyusunan Masterplan Pengembangan Produk Unggulan Daerah DI.Yogyakarta dan terpublikasinya hasil penelitian ini dalam publikasi ilmiah

1.4 Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup penelitian mandiri dosen STIM YKPN Yogyakarta ini meliputi:

- a. Menginventarisir data-data tentang produk unggulan daerah di DI.Yogyakarta
- b. Mendeskripsikan dan menganalisis kondisi riil produk unggulan daerah di DI.Yogyakarta.
- c. Mengetahui dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan produk unggulan daerah di DI.Yogyakarta
- d. Merumuskan kebijakan, strategi dan program pengembangan produk unggulan daerah di DI. Yogyakarta tahun 2020 – 2025.

1.5 Masukan/*Input*

Masukan dari penelitian internal STIM YKPN Yogyakarta ini meliputi:

- a. Kebijakan tentang produk unggulan produk unggulan daerah di DI. Yogyakarta,
- b. Data-data dari dinas teknis yang terkait dengan pengembangan produk unggulan daerah di DI. Yogyakarta
- c. Data penunjang lainnya.

1.6 Keluaran/*Output*

Hasil penelitian mandiri dosen STIM YKPN Yogyakarta terkait Perencanaan Pengembangan Produk Unggulan Industri Daerah Provinsi DIY ini memuat:

- a. Hasil deskripsi kondisi riil produk unggulan daerah di DI.Yogyakarta
- b. Analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pengembangan produk unggulan daerah di DI.Yogyakarta
- c. Rumusan kebijakan, strategi dan program pengembangan produk unggulan daerah di DI. Yogyakarta tahun 2018 – 2022.

1.7. Sistematika Pelaporan Akhir

Outline untuk Laporan Akhir adalah:

Cover Luar

Cover Dalam

Kata Pengantar

Daftar Isi

Daftar Tabel

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.2 Maksud dan Tujuan

1.3 Keluaran

1.4 Lingkup Kegiatan

1.5 Masukan/*Input*

1.6 Keluaran/*Output*

BAB II KERANGKA TEORI

2.1. Filosofi Perencanaan

2.2. Bentuk-bentuk Perencanaan

2.3. *Road Map* dan Strategi

2.4. Permasalahan Implementasi Perencanaan Pembangunan Ekonomi

2.5. Produk/Komoditas Unggulan

2.6. Pengertian Pendapatan Nasional

2.7. Kegunaan Statistik Pendapatan Nasional

2.8. Konsep Dan Definisi PDB Pengeluaran

2.9. Defenisi daya Saing daerah

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Perekonomian Kabupaten Bantul

4.2 Rencana Aksi Pengembangan Pengembangan Produk Unggulan Daerah
Pengolahan Industri Batik Tulis Kabupaten Bantul

4.3 Kabupaten Gunungkidul

4.4. Kabupaten Kulon Progo

4.5. Rencana Aksi Pengembangan Pengembangan Produk Unggulan Daerah
Pengolahan Gula Kelapa Kristal Kabupaten Kulon Progo

4.6 Kota Yogyakarta

4.7 Kabupaten Sleman

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

5.2. Rekomendasi

Daftar Pustaka

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1. Filosofi Perencanaan

Pembangunan daerah secara sederhana diartikan sebagai sebuah perubahan tingkat kesejahteraan secara sengaja dan terukur. Agar perubahan tingkat kesejahteraan dapat dilakukan secara lebih terukur, diperlukan perencanaan pembangunan daerah. Perencanaan daerah juga diharapkan mampu menepis ketidakpastian dalam proses perubahan tingkat kesejahteraan masyarakat tersebut.

Dalam arti luas, perencanaan merupakan upaya manusia meminimalkan ketidakpastian. Perencanaan yang ideal adalah langkah-langkah yang dilakukan manusia agar ketidakpastian semakin dekat dalam kehidupan manusia. Kemajuan peradaban manusia ditentukan oleh kemampuan perencanaan ini. Langkah paling alamiah yang dilakukan manusia sebagai langkah perencanaan adalah memfungsikan kemampuan “melihat jauh ke depan” (*foresight*). Kemampuan *foresight* manusia terbukti telah membawa manusia menuju peradaban seperti yang kita alami sekarang.

Perencanaan, dalam arti sempit, sesungguhnya merupakan *derivate* dari kemampuan *foresight* itu, yaitu kemampuan “mengukur” (*measuring*). Inti perencanaan yang ideal sesungguhnya adalah mengukur itu. Persoalannya adalah bahwa tidak semua “sesuatu” itu bersifat materi, sehingga sifatnya “tersembunyi”, sehingga sulit diukur. Disinilah sesungguhnya tugas perencana, yaitu “mendefinisikan” sesuatu yang “tersembunyi” menjadi terukur, sehingga menjadi “nyata”. Contoh paling sederhana tentang hal ini adalah apabila kita ditanya

persoalan mendefinisikan “bahagia”. Bahagia barangkali lebih sulit diukur dibandingkan “sejahtera”.

2.2. Bentuk-bentuk Perencanaan

Kita dapat mengategorikan perencanaan dalam delapan jenis, yaitu (1) perencanaan menurut jangka waktu, (2) perencanaan menurut sifat dorongannya, (3) perencanaan menurut alokasi sumber daya, (4) perencanaan menurut tingkat keluwesan, (5) perencanaan menurut sistem ekonomi, (6) perencanaan menurut dimensi arus informasi, (7) perencanaan menurut dimensi pendekatan, dan (8) perencanaan menurut lingkaran aktivitas pembangunan.

(1) Perencanaan Menurut Jangka Waktu

Berdasarkan jangka waktunya, perencanaan dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

Pertama, Perencanaan Jangka Panjang. Perencanaan perspektif atau perencanaan jangka panjang biasanya mempunyai rentang waktu antara 10 sampai 25 tahun. Rencana pembangunan jangka panjang dapat digolongkan sebagai perencanaan perspektif karena jangkauannya yang melintasi beberapa tahun. Contoh negara-negara yang mempunyai perencanaan jangka panjang adalah Malaysia, Korea Selatan, dan Indonesia. Di Malaysia, rencana pembangunan jangka panjang disusun dalam bentuk “*First Malaysia Statement: The Way Forward Towards Vision 2020*”. Di Indonesia, pada masa pemerintahan Presiden Soeharto pernah terdapat Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) dan Pola Dasar Pembangunan Daerah (Poldas). Berdasarkan SPPN, Indonesia juga mempunyai Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Nasional/ Daerah. China pada tahun 2003 meluncurkan dokumen rencana jangka

panjang yang disebut “*Medium and Long Term Science and Technology Development*”.

Kedua, Perencanaan Jangka Menengah. Perencanaan jangka menengah berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dalam jangka menengah, biasanya mempunyai rentang waktu antara 4 sampai 6 tahun. Dalam perencanaan jangka menengah, walaupun masih umum, sasaran-sasaran dalam kelompok besar (sasaran sektoral) sudah dapat diproyeksikan dengan jelas. Perencanaan jangka menengah banyak dilakukan baik di negara-negara maju seperti: Inggris, Prancis, Belanda maupun di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Di Indonesia, perencanaan jangka menengah diwujudkan dalam bentuk dokumen “Program Pembangunan Nasional (Propenas)”, dokumen “Program Pembangunan Daerah (Propeda)”, dan berdasarkan UU SPPN dalam bentuk Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Nasional/ Daerah.

Ketiga, Perencanaan Jangka Pendek. Perencanaan jangka pendek mempunyai rentang waktu 1 tahun. Perencanaan ini sering disebut rencana operasional tahunan. Perencanaan-perencanaan jangka pendek yang diterapkan di Indonesia antara lain Rencana Pembangunan Tahunan (Repeta atau Repetada). Di Indonesia berdasarkan UU 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional terdapat Rencana Kerja Pemerintah (RKP/RKPD) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) serta Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Setiap pemerintahan negara sedikitnya mempunyai dokumen rencana jangka pendek dan selalu dihubungkan dengan rencana pendanaannya.

(2) Perencanaan Menurut Sifat Dorongan

Berdasarkan sifat pendorongnya, perencanaan dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu:

Pertama, perencanaan dengan komando (*planning by direction*). Perencanaan ini menuntut adanya liberalisme. Pada sistem ini, pemerintah pusat merencanakan, mengatur, dan memerintahkan pelaksanaan rencana sesuai dengan sasaran dan prioritas yang telah ditetapkan sebelumnya. Perencanaan seperti itu bersifat menyeluruh dan mencakup keseluruhan perekonomian. India dan Bangladesh merupakan contoh Negara yang melaksanakan perencanaan komando.

Kedua, perencanaan dengan rangsangan (*planning by inducement*). Sistem perencanaan dengan rangsangan merupakan sistem perencanaan yang demokratis. Sistem ini dilakukan dengan cara memanipulasi pasar. Tidak ada keharusan, tetapi ajakan. Ada kebebasan berusaha, kebebasan berkonsumsi, dan kebebasan memproduksi. Amerika Serikat dan Inggris adalah contoh negara yang menerapkan perencanaan dengan rangsangan.

(3) Perencanaan Menurut Alokasi Sumber Daya

Berdasarkan pengalokasian sumber daya, perencanaan dibagi menjadi dua, yaitu:

Pertama, perencanaan keuangan. Perencanaan keuangan adalah teknik perencanaan berkaitan dengan pengalokasian dana (uang). Keuangan merupakan kunci pokok implementasi perencanaan ekonomi. Jika dana tersedia secara memadai, sasaran fisik dapat dengan mudah dilaksanakan.

Kedua, perencanaan fisik. Perencanaan fisik adalah usaha untuk menjabarkan usaha pembangunan melalui pengalokasian faktor-faktor produksi dan hasil produksi, sehingga memaksimalkan pendapatan dan pekerjaan. Keseimbangan fisik hanya dapat dicapai melalui perkiraan yang tepat terhadap hubungan antara investasi dan *output*.

(4) Perencanaan Menurut Arus Informasi

Dilihat dari sudut pelaksanaannya (arus informasi), perencanaan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

Pertama, perencanaan sentralistik (*top-down planning*). Dalam perencanaan sentralistik, keseluruhan proses perencanaan suatu negara berada di bawah badan perencanaan pusat. Badan perencanaan pusat mengendalikan setiap aspek pembangunan mengendalikan harga semua produk dan upah tenaga kerja.

Kedua, perencanaan desentralistik (*bottom-up planning*). Perencanaan desentralistik mengacu pada proses pelaksanaan rencana dari bawah (*bottom-up planning*). Rencana pada dasarnya dirumuskan oleh badan perencanaan pusat setelah berkoordinasi dan berkonsultasi dengan berbagai unit administrasi negara, dengan memperhatikan secara cermat rencana daerah / wilayah. Rencana di tingkat daerah dirumuskan oleh badan perencanaan daerah sesuai dengan potensi dan kondisi daerah serta aspirasi masyarakat. Harga barang dan jasa ditentukan oleh mekanisme pasar, meskipun ada pengawasan tertentu oleh pemerintah di bidang kegiatan ekonomi tertentu.

(5)Perencanaan Menurut Tingkat Keluwesan

Berdasarkan keluwesannya, perencanaan dibagi menjadi dua, yaitu:

Pertama, perencanaan indikatif. Perencanaan ini bersifat luwes. Pemerintah memberikan rangsangan kepada sektor swasta melalui hibah, pinjaman, pembebasan pajak, dan sebagainya. Pemerintah memberikan pedoman bagi sektor swasta (bukan pemerintah).

Kedua, perencanaan imperatif. Dalam perencanaan imperatif, semua kegiatan dan sumber daya ekonomi berjalan menurut komando negara. Ada pengawasan menyeluruh oleh negara terhadap faktor produksi. Produksi barang-barang disesuaikan dengan kebijaksanaan pemerintah.

(6) Perencanaan Menurut Sistem Ekonomi

Berdasarkan sistem ekonomi yang dianut suatu negara, perencanaan dapat dibagi menjadi sebagai berikut:

Pertama, perencanaan dalam sistem ekonomi kapitalisme. Perencanaan dalam sistem kapitalisme tidak difokuskan pada rencana yang terpusat (*central plan*), oleh karena itu, alat-alat produksi bisa dimiliki secara pribadi. Kegiatan ekonomi tidak direncanakan oleh pemerintah dan harga pasar ditentukan oleh kekuatan pasar atau tidak ditetapkan oleh pemerintah.

Kedua, perencanaan dalam sistem ekonomi sosialisme. Perencanaan dalam sistem sosialisme diarahkan pada rencana yang terpusat, dalam arti ada penguasa atau badan perencanaan terpusat yang merumuskan rencana keseluruhan. Kedaulatan konsumen hanya dibatasi pada pemilihan barang-barang yang secara sosial bermanfaat dan oleh badan perencanaan dianggap tepat untuk diproduksi dan disediakan untuk masyarakat.

Ketiga, perencanaan dalam sistem ekonomi campuran. Perencanaan dalam perekonomian campuran tidak bersifat menyeluruh seperti dalam pengertian perencanaan sosialis. Sistem perencanaan ini membagi perekonomian negara ke sektor pemerintah dan sektor swasta. Sektor pemerintah berada di bawah pengawasan langsung pemerintah, yang mengatur produksi dan distribusinya. Sektor swasta seperti perorangan mengelola sendiri apa yang dimilikinya.

(7) Perencanaan Menurut Dimensi Pendekatan

Berdasarkan dimensi pendekatan, perencanaan pembangunan terdiri atas:

Pertama, perencanaan makro. Perencanaan makro dapat didefinisikan sebagai perencanaan nasional skala makro atau menyeluruh. Dalam perencanaan makro dikaji seberapa pesat pertumbuhan ekonomi dapat dan akan direncanakan, berapa besar tabungan masyarakat dan pemerintah akan tumbuh, bagaimana proyeksinya, dan hal-hal lainnya secara makro dan menyeluruh.

Kedua, perencanaan sektoral. Perencanaan sektoral adalah perencanaan yang dilakukan dengan pendekatan berdasarkan sektor. Sektor adalah

kumpulan dari kegiatan atau program yang mempunyai persamaan ciri-ciri serta tujuan.

Ketiga, perencanaan regional. Perencanaan dengan dimensi pendekatan regional menitikberatkan pada aspek lokasi tempat kegiatan itu dilakukan.

Keempat, perencanaan mikro. Perencanaan mikro didefinisikan sebagai perencanaan skala rinci dalam perencanaan tahunan yang merupakan penjabaran rencana-rencana sektoral ataupun regional dalam susunan proyek dan kegiatan-kegiatan dengan berbagai dokumen perencanaan dan penganggarnya. Secara operasional, perencanaan mikro antara lain tergambar dalam rancangan kegiatan.

(8) Perencanaan Menurut Aktivitas Pembangunan

Berdasarkan lingkaran aktivitas pembangunan, perencanaan perlu diwujudkan dalam tiga dokumen perencanaan, yaitu:

Pertama, dokumen perencanaan target. Perencanaan target adalah perencanaan yang menetapkan target dari kebijakan-kebijakan pembangunan yang dipilih sebagai program-program pembangunan. Agar setiap program mempunyai target yang terukur, diperlukan indikator untuk setiap target di masing-masing program.

Kedua, dokumen perencanaan sumber daya. Perencanaan sumber daya adalah perencanaan yang menetapkan pengalokasian sumber daya secara efektif, biasanya dalam bentuk kebijakan penganggaran. Perencanaan sumber daya ditentukan oleh seberapa efektif target yang diproyeksikan akan tercapai dalam satu kurun waktu tertentu.

Ketiga, dokumen perencanaan evaluasi. Perencanaan evaluasi adalah perencanaan yang menetapkan tingkat optimal pencapaian target setiap program pembangunan. Dokumen perencanaan evaluasi menjadi dasar penilaian kesuksesan suatu program pembangunan.

2.3. Road Map dan Strategi

Undang-undang nomor 12 Tahun 2008 Tentang Perubahan Kedua Atas UU No.32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah, telah menyerahkan kewenangan dan tanggung jawab yang lebih besar kepada pemerintah daerah. Sebagai konsekuensinya, pemerintah daerah harus melakukan reformasi untuk mengakomodasi besarnya peningkatan tanggung jawab yang telah diserahkan tersebut. Agar tanggung jawab pemerintah daerah dilaksanakan secara efektif dan akuntabel, pemerintah daerah perlu memiliki arah perjalanan (*road map*) yang jelas dan memiliki rencana strategis, baik di tingkat pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, maupun di tingkat Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD).

Arah perjalanan dan rencana strategis yang dimaksud adalah RPJPD dan RPJMD. Penyusunan rencana strategis juga harus menerapkan pendekatan partisipatif sesuai amanat UU No 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional. UU Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (selanjutnya disingkat UU SPPN) saat ini menjadi landasan formal aktivitas lembaga perencanaan pembangunan, yaitu Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda), dalam melakukan penyusunan rencana pembangunan.

Road map adalah rencana aktivitas langkah-langkah strategis yang akan dilakukan beserta tahapannya secara makro, berjangka panjang, dan menyeluruh yang memuat tujuan akhir (*ultimate goal*), tujuan antara (*intermediate goals/milestones*) dan dari mana (*starting point*) akan dimulai. Permasalahannya, dokumen RPJPD terkadang tidak cukup membantu memberikan gambaran dan penuntun tentang aktivitas langkah-langkah strategis yang akan dilakukan.

Sebuah organisasi membutuhkan panduan agar perjalanannya terarah. Seperti halnya suatu peta dalam satu perjalanan. Peta yang baik akan menuntun organisasi untuk mencapai tujuan tepat waktu secara efisien dan efektif. Peta tersebut harus memberikan fleksibilitas sehingga melukiskan “banyak jalan menuju roma”.

Langkah-langkah yang diperlukan untuk membuat suatu peta jalan yang mampu mendukung suatu perjalanan yang efisien dan efektif adalah:

- a) Kenali tujuan yang akan dituju (*ultimate goal*).
- b) Identifikasi atau tentukan titik awal perjalanan (*starting point*).
- c) Ukur jarak antara titik awal dengan tujuan.
- d) Tentukan kapasitas yang akan dipakai untuk perjalanan.
- e) Tentukan waktu perjalanan.
- f) Buat *milestone* yang harus dicapai dalam waktu tertentu.
- g) Tentukan strategi untuk sampai ke tujuan.
- h) Komunikasikan strategi yang diambil kepada semua pihak yang berkepentingan.

Dengan melaksanakan langkah-langkah di atas muncul manfaat-manfaat yang diperoleh organisasi. Manfaat yang diperoleh dengan adanya *road map* antara lain:

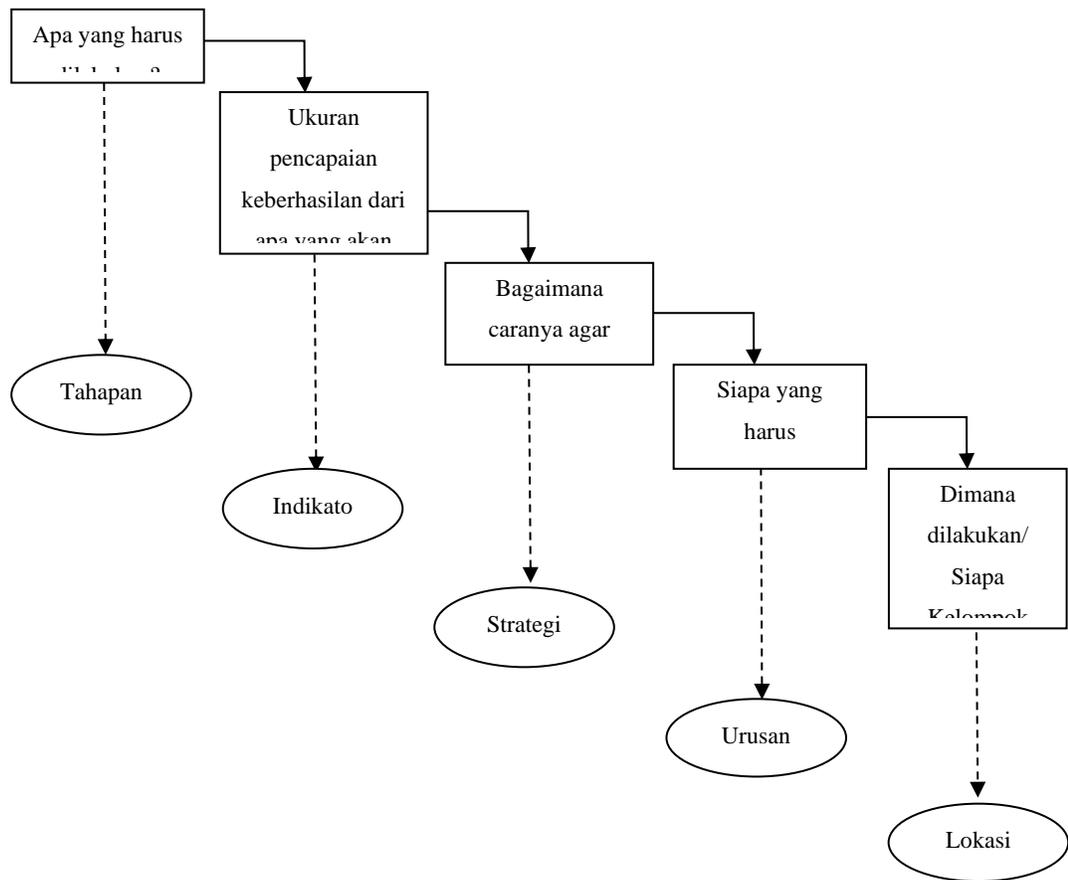
- a) Perjalanan lebih terarah.
- b) Strategi jelas. Apabila strategi tumpang tindih dengan strategi lainnya, *overlapping* akan diketahui karena perjalanan akan kembali pada *milestone* tertentu (strategi tidak dilakukan dalam waktu bersamaan). Apabila strategi tumpang tindih dengan strategi lainnya (strategi tidak dilakukan dalam waktu bersamaan), *overlapping* akan lebih mudah diketahui karena telah dilakukan proses perjalanan.
- c) Kegiatan terpetakan. Apabila terdapat penyimpangan maka semua pihak dapat melakukan koreksi yang diperlukan atau adaptasi pada penyimpangan tersebut dan mengarahkan kembali ke jalur yang sudah ditetapkan.
- d) Kondisi awal teridentifikasi secara menyeluruh. Dengan demikian, strategi yang akan diambil tidak bertentangan dengan kondisi ada.
- e) Strategi yang diambil dipahami menyeluruh oleh semua pihak sehingga semua mengetahui tugas masing-masing dalam pelaksanaan strategi.

Penjelasan di atas adalah gambaran secara umum atas analogi suatu strategi organisasi dengan strategi perjalanan. Secara umum dengan memetakan strategi yang jelas maka akan mengurangi strategi yang kontradiktif. Mengingat pemerintahan

adalah lembaga yang sangat besar, baik dari segi organisasi maupun cakupan tugas fungsinya, maka pemetaan strategi sangat penting. Pemetaan akan mengingatkan masing-masing unit pelaksana akan tugas fungsinya, kejelasan wewenangnya, serta inventarisasi tugas-tugas yang belum dilakukan. Selain itu, akan lebih diketahui permasalahan yang ada serta strategi yang perlu dilakukan.

Penilaian atas ketidaksesuaian strategi yang diambil dengan tujuan dan kondisi yang ada, akan membantu organisasi berkembang. Pemerintah dapat lebih mengetahui kekuatan dan kelemahannya sehingga pengembangan organisasi pun lebih terarah. Apa yang diperlukan dan yang tidak diperlukan oleh pemerintah akan lebih jelas dan batas-batas atas hal itu akan menyebabkan pengambilan kebijakan yang lebih jelas.

Ketentuan di dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004, menyebutkan bahwa, “Strategi adalah langkah-langkah berisikan program-program indikatif untuk mewujudkan visi dan misi”. Pemikiran dasar yang diharapkan adalah menjadi “strategi” dalam UU SPPN ini sebagai kristalisasi dari dua pengertian, yaitu (1) sekumpulan program; dan (2) langkah-langkah menjalankan misi. Namun, saat ini belum ada pedoman lanjutan tentang bagaimana menyusun dan mengukur strategi yang baik. Karena dinamika perkembangan teori pembangunan sesuai zamannya mempengaruhi cara berpikir dalam mendefinisikan strategi. Oleh karena itu muncul kebutuhan untuk menyusun sebuah *road map* strategi guna mencapai visi jangka panjang. Sebuah *road map* strategi akan membantu menuntun apa yang harus dilakukan pada tahap tertentu, dengan cara/ strategi tertentu, jelas indikator pencapaiannya, jelas dilakukan oleh siapa dan dimana atau pada kelompok sasaran yang mana.



Gambar 2.1. Instrumen *Road Map* Strategi Pencapaian Visi

2.4. Permasalahan Implementasi Perencanaan Pembangunan Ekonomi

Dalam beberapa dekade terakhir, negara berkembang telah mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat, bersama dengan dampak positif yang besar, telah menimbulkan ketidaknyamanan terkait implikasi spasial dari integrasi dan pertumbuhan ekonomi. Masalah tersebut salah satunya adalah ketimpangan antar daerah dan rendahnya daya saing, terutama di negara berkembang (Díez-Minguela *et al.*, 2020). Pentingnya proses pembangunan dan negara memiliki kewajiban untuk melaksanakan pembangunan, karena mengingat globalisasi yang terus terjadi yang disertai oleh majunya teknologi dan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan, memberikan dampak terhadap perubahan dan juga pembaharuan pada semua lini kehidupan manusia (Madina *et al.*, 2020).

Sistem perencanaan pembangunan nasional yang meliputi pendekatan *top-down* dan *bottom up* di atas kertas nampaknya akan menjamin adanya keseimbangan antar prioritas nasional dengan aspirasi lokal dalam perencanaan pembangunan daerah (Haupt and Ebner, 2020). Namun demikian banyak daerah belum sepenuhnya menyerap aspirasi lokal, karena sebagian besar proyek yang diajukan berdasarkan aspirasi lokal telah tersingkir dalam rapat koordinasi yang menempatkan proposal yang diajukan oleh tingkat pemerintah yang lebih tinggi tanpa memperhatikan proposal yang diajukan oleh pemerintahan yang lebih rendah. Akibatnya proposal akhir yang masuk ke pusat biasanya didominasi oleh proyek yang diajukan oleh pemerintah yang lebih tinggi, khususnya pemerintah provinsi atau pusat. Dalam dekade terakhir ini, studi ketidaksetaraan telah diasumsikan menjadi keunggulan baru di seluruh ilmu sosial. Dalam pengantar edisi khusus Geografi Terapan ini, kami berangkat untuk mengartikulasikan pentingnya konteks spasial perkotaan dalam perdebatan ketimpangan masa kini yang lebih luas (Nijman and Wei, 2020).

Dalam implementasi perencanaan pembangunan daerah, terdapat permasalahan terkait dengan **persoalan integrasi antar-dokumen perencanaan yang ada di daerah**. Undang-undang Nomor 25 tahun 2004, mewajibkan setiap pemerintah daerah mempunyai dokumen perencanaan jangka panjang, menengah dan tahunan. Sementara itu, pemerintah daerah juga wajib mempunyai dokumen perencanaan tentang Rencana Tata Ruang dan Wilayah, yang dijadikan acuan dalam menyusun Rencana Pembangunan Jangka Panjang dan Menengah (RPJPD dan RPJMD). Seringkali terjadi keduanya belum sinkron.

Disisi lain, dari peraturan perundangan diatas, setidaknya ada empat dokumen perencanaan pembangunan yang seharusnya satu sama lain terkait nyata dan terukur, karena keseluruhan dokumen tersebut memang sudah diamanahkan dalam undang-undang yang artinya bahwa dokumen-dokumen tersebut haruslah dijadikan alat untuk menterjemahkan kebutuhan pembangunan yang terstruktur dan sistematis sehingga dapat dengan mudah untuk dipahami, disepakati bersama seluruh *stakeholder* dan selanjutnya dilaksanakan. Tetapi apakah kenyataan yang dihadapi sama dengan apa

yang diharapkan? Meskipun semua dokumen perencanaan yang disebut diatas disusun dengan menggunakan anggaran public, unsure kemanfaatan bagi publik masih perlu dipertanyakan. Salah satu indikator kemanfaatan disini adalah apakah dokumen rencana jangka panjang dimanfaatkan sebagai ‘pedoman’ untuk menyusun rencana jangka menengah? Dan berlanjut pertanyaanya sampai pada apakah rencana jangka menengah diatas benar-benar ‘diturunkan’ menjadi rencana tahunan? Apabila jawabannya adalah ‘tidak’, jelas hal ini merupakan kesalahan besar karena setiap penggunaan anggaran publik sudah seharusnya memberi manfaat yang nyata sesuai tujuan dan fungsinya.

2.5. Produk/Komoditas Unggulan

2.5.1. Pengertian dan Kriteria

Terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu komoditas tergolong unggul atau tidak bagi suatu wilayah. Kriteria-kriteria tersebut, adalah (Alkadri, dkk. 2001 dalam Daryanto, 2003) : (1) harus mampu menjadi penggerak utama (*prime mover*) pembangunan perekonomian, (2) mempunyai keterkaitan ke depan dan ke belakang kuat baik sesama komoditas unggulan maupun komoditas lainnya, (3) mampu bersaing dengan produk/komoditas sejenis dari wilayah lain di pasar nasional maupun internasional baik dalam hal harga produk, biaya produksi, maupun kualitas pelayanan, (4) memiliki keterkaitan dengan wilayah lain baik dalam hal pasar maupun pasokan bahan baku, (5) memiliki status teknologi yang terus meningkat, (6) mampu menyerap tenaga kerja berkualitas secara optimal sesuai dengan skala produksinya, (7) dapat bertahan dalam jangka panjang tertentu, (8). tidak rentan terhadap gejolak eksternal dan internal, (9) pengembangannya harus mendapatkan berbagai bentuk dukungan (keamanan, sosial, budaya, informasi dan peluang pasar, kelembagaan, fasilitas insentif / disinsentif, dan lainnya, dan (10) pengembangannya berorientasi pada kelestarian sumberdaya dan lingkungan.

Pada dasarnya, keberadaan komoditas unggulan pada suatu daerah akan memudahkan upaya pengembangan agrobisnis. Hanya saja, persepsi dan memposisikan kriteria serta instrumen terhadap komoditas unggulan belum sama.

Akibatnya, pengembangan komoditas tersebut menjadi salah urus bahkan menjadi kontra produktif terhadap kemajuan komoditas unggulan dimaksud. Berikut adalah pengelompokan komoditas unggulan, sebagai rujukan untuk menempatkan posisi produk agro dari sisi teori keunggulan komoditas, antara lain:

- a. Komoditas unggulan komparatif: komoditas yang diproduksi melalui dominasi dukungan sumber daya alam, di mana daerah lain tak mampu memproduksi produk sejenis. Atau pula, komoditas hasil olahan yang memiliki dukungan bahan baku yang tersedia pada lokasi usaha tersebut.
- b. Komoditas unggulan kompetitif: komoditas yang diproduksi dengan cara yang efisien dan efektif. Komoditas tersebut telah memiliki nilai tambah dan daya saing usaha, baik dari aspek kualitas, kuantitas, maupun kontinuitas dan harga.
- c. Komoditas unggulan spesifik: komoditas yang dihasilkan dari hasil inovasi dan kompetensi pengusaha. Produk yang dihasilkan memiliki keunggulan karena karakter spesifiknya.
- d. Komoditas unggulan strategis: komoditas yang unggul karena memiliki peran penting dalam kegiatan sosial dan ekonomi.

Sebagai perbandingan, komoditas unggulan akan lebih mudah dan lebih rasional untuk dikembangkan jika memandang komoditas unggulan dari kebutuhan pasar. Dilihat dari sisi positif, jika mengelompokkan komoditas unggulan berdasarkan potensi pasarnya, mengingat ukuran keberhasilan komoditas unggulan dapat diukur dari perannya dalam memberikan nilai tambah bagi pelaku usaha. Selain itu, memberikan kontribusi dalam pengembangan struktur ekonomi, dan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Adapun pengelompokan komoditas tersebut, dapat disusun sebagai berikut :

- a. Komoditas unggulan pasar ekspor: komoditas yang telah mampu memenuhi persyaratan perdagangan di pasar ekspor. Ini menyangkut aspek keamanan, kesehatan, standard, dan jumlah yang memadai, sehingga komoditas tersebut diminati negara pengimpor.

- b. Komoditas unggulan pasar tradisional: komoditas yang mampu memenuhi keinginan selera konsumen lokal, baik dari aspek cita rasa, bentuk, ukuran, kualitas harga, dan budaya lokal.
- c. Komoditas unggulan pasar modern: komoditas yang telah memiliki daya saing tinggi dari aspek harga, kualitas, kuantitas, dan kontinuitas, serta biasa dibutuhkan oleh berbagai kalangan konsumen secara internasional.
- d. Komoditas unggulan pasar industri: komoditas yang merupakan bahan baku utama industri manufaktur agro.
- e. Komoditas unggulan pasar antar pulau : komoditas yang dibutuhkan oleh pasar antar pulau karena komoditas tersebut tak mampu diproduksi di pulau tersebut.
- f. Komoditas unggulan pasar khusus : komoditas yang memang dipesan oleh pasar tertentu lengkap dengan spesifikasinya. (Yuhana, 2008).

2.5.2. Produk Unggulan Daerah

Dalam rangka upaya pembangunan ekonomi daerah, inventarisasi potensi wilayah (daerah) mutlak diperlukan agar dapat ditetapkan kebijakan pola pengembangan baik secara sektoral maupun secara multisektoral. Salah satu langkah inventarisasi potensi ekonomi daerah adalah dengan menginventarisasi produk-produk potensial, andalan dan unggulan daerah tiap-tiap sub sektor serta tingkat Kabupaten.

Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumber daya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkal produk pesaing di pasar domestik dan/atau menembus pasar ekspor. (Anonim, 2000).

Sementara menurut Cahyana Ahmadjayadi (2001), Produk Unggulan Daerah (PUD) adalah unggulan daerah yang memiliki ciri khas dan keunikan yang tidak dimiliki daerah lain serta berdaya saing handal dan dapat memberikan peluang kesempatan kerja kepada masyarakat lokal. Produk unggulan daerah juga berorientasi ramah lingkungan dan berorientasi pada pasar baik lokal maupun nasional dan regional.

Pengembangan produk unggulan dan pemberdayaan sebagai potensi ekonomi daerah pada era otonomi adalah suatu pekerjaan yang tidak mudah dilaksanakan, hal tersebut disebabkan karena pengembangan PUD terkait erat dengan kemauan politik atau kebijakan dari Pemerintah Daerah. Peranan pemerintah daerah sangat diperlukan dan sangat penting dalam pengembangan dan pemberdayaan produk unggulan daerah sebagai salah satu tonggak dari pada ekonomi daerah. Oleh karena, produk unggulan daerah terkait beberapa stakeholders yang saling berperan sesuai dengan kewenangannya masing-masing. *Stakeholders* dimaksud adalah pemilik bahan baku dan pengolah/penghasil bahan baku, pengguna atau konsumen, fasilitator atau pemerintah dan lembaga sosial masyarakat. Stakeholders tersebut saling terkait dan menunjang satu sama lain sehingga peranan koordinasi dalam pencapaian tujuan menjadi unsur utama dalam pengembangan PUD. Koordinasi ini menjadi instrumen penting dalam pengembangan produk unggulan daerah. (Cahyana Ahmadjayadi, 2001).

Produk unggulan merupakan suatu strategi pembangunan yang tidak mudah didikte oleh daerah/negara lain. Produk unggulan daerah tidaklah harus berupa hasil industri yang berteknologi canggih atau dengan investasi tinggi tetapi produk unggulan bisa dengan produk lokal.

2.6. Pengertian Pendapatan Nasional

Salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu negara dalam suatu periode tertentu adalah data Produk Domestik Bruto (PDB), baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. PDB pada dasarnya merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu negara

tertentu, atau merupakan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi. PDB atas dasar harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada setiap tahun, sedangkan PDB atas dasar harga konstan menunjukkan nilai tambah barang dan jasa tersebut yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada satu tahun tertentu sebagai dasar.

PDB atas dasar harga berlaku dapat digunakan untuk melihat pergeseran dan struktur ekonomi, sedang harga konstan digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun.

Dari data PDB dapat juga diturunkan beberapa indikator ekonomi penting lainnya, seperti :

1. Produk Nasional Bruto

yaitu PDB ditambah dengan pendapatan neto dari luar negeri. Pendapatan neto itu sendiri merupakan pendapatan atas faktor produksi (tenaga kerja dan modal) milik penduduk Indonesia yang diterima dari luar negeri dikurangi dengan pendapatan yang sama milik penduduk asing yang diperoleh di Indonesia.

2. Produk Nasional Neto atas dasar harga pasar

yaitu PDB dikurangi dengan seluruh penyusutan atas barang-barang modal tetap yang digunakan dalam proses produksi selama setahun.

3. Produk Nasional Neto atas dasar biaya faktor produksi yaitu

produk nasional neto atas dasar harga pasar dikurangi dengan pajak tidak langsung neto. Pajak tidak langsung neto merupakan pajak tidak langsung yang dipungut pemerintah dikurangi dengan subsidi yang diberikan oleh pemerintah. Baik pajak tidak langsung maupun subsidi, kedua-duanya dikenakan terhadap barang dan jasa yang diproduksi atau dijual. Pajak tidak langsung bersifat menaikkan harga jual sedangkan subsidi sebaliknya. Selanjutnya, produk nasional neto atas dasar biaya faktor produksi disebut sebagai Pendapatan Nasional.

4. Angka-angka per kapita

yaitu ukuran-ukuran indikator ekonomi sebagaimana diuraikan di atas dibagi dengan jumlah penduduk pertengahan tahun.

2.7. Kegunaan Statistik Pendapatan Nasional

Data pendapatan nasional adalah salah satu indikator makro yang dapat menunjukkan kondisi perekonomian nasional setiap tahun. Manfaat yang dapat diperoleh dari data ini antara lain adalah :

1. PDB harga berlaku nominal menunjukkan kemampuan sumber daya ekonomi yang dihasilkan oleh suatu negara. Nilai PDB yang besar menunjukkan sumber daya ekonomi yang besar, begitu juga sebaliknya.
2. PNB harga berlaku menunjukkan pendapatan yang memungkinkan untuk dinikmati oleh penduduk suatu negara.
3. PDB harga konstan (riil) dapat digunakan untuk menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan atau setiap sektor dari tahun ke tahun.
4. Distribusi PDB harga berlaku menurut sektor menunjukkan struktur perekonomian atau peranan setiap sektor ekonomi dalam suatu negara. Sektor-sektor ekonomi yang mempunyai peran besar menunjukkan basis perekonomian suatu negara.
5. PDB harga berlaku menurut penggunaan menunjukkan produk barang dan jasa digunakan untuk tujuan konsumsi, investasi dan diperdagangkan dengan pihak luar negeri.
6. Distribusi PDB menurut penggunaan menunjukkan peranan kelembagaan dalam menggunakan barang dan jasa yang dihasilkan oleh berbagai sektor ekonomi.
7. PDB penggunaan atas dasar harga konstan bermanfaat untuk mengukur laju pertumbuhan konsumsi, investasi dan perdagangan luar negeri.
8. PDB dan PNB per kapita atas dasar harga berlaku menunjukkan nilai PDB dan PNB per kepala atau per satu orang penduduk.

9. PDB dan PNB per kapita atas dasar harga konstan berguna untuk mengetahui pertumbuhan nyata ekonomi per kapita penduduk suatu negara.

2.8. Konsep Dan Definisi PDB Pengeluaran

1. Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga

Pengeluaran konsumsi rumah tangga (PKRT) merupakan pengeluaran atas barang dan jasa oleh rumah tangga untuk tujuan konsumsi. Dalam hal ini rumah tangga berfungsi sebagai pengguna akhir (*final demand*) dari berbagai jenis barang dan jasa yang tersedia dalam perekonomian. Rumah tangga didefinisikan sebagai individu atau kelompok individu yang tinggal bersama dalam suatu bangunan tempat tinggal. Mereka mengumpulkan pendapatan, memiliki harta dan kewajiban, serta mengkonsumsi barang dan jasa secara bersama-sama utamanya kelompok makanan dan perumahan (UN, 1993).

2. Pengeluaran Konsumsi Pemerintah

Pengeluaran Konsumsi Pemerintah adalah nilai seluruh jenis output pemerintah dikurangi nilai output untuk pembentukan modal sendiri dikurangi nilai penjualan barang/jasa (baik yang harganya signifikan dan tdk signifikan secara ekonomi) ditambah nilai barang/jasa yang dibeli dari produsen pasar untuk diberikan pada RT secara gratis atau dengan harga yang tidak signifikan secara ekonomi (*social transfer in kind-purchased market production*).

3. Pembentukan Modal Tetap Bruto

Secara garis besar PMTB didefinisikan sebagai pengeluaran unit produksi untuk menambah aset tetap dikurangi dengan pengurangan aset tetap bekas. Penambahan barang modal meliputi pengadaan, pembuatan, pembelian barang modal baru dari dalam negeri dan barang modal baru maupun bekas dari luar negeri (termasuk perbaikan besar, transfer atau barter barang modal). Pengurangan barang modal

meliputi penjualan barang modal (termasuk barang modal yang ditransfer atau barter kepada pihak lain).

Disebut sebagai pembentukan modal tetap bruto karena menggambarkan penambahan serta pengurangan barang modal pada periode tertentu. Barang modal mempunyai usia pakai lebih dari satu tahun serta akan mengalami penyusutan. Istilah "bruto" mengindikasikan bahwa didalamnya masih mengandung unsur penyusutan. Penyusutan atau konsumsi barang modal (*Consumption of Fixed Capital*) menggambarkan penurunan nilai barang modal yang digunakan pada proses produksi secara normal selama satu periode.

4. Inventori

Inventori adalah persediaan yang dikuasai oleh unit yang menghasilkan untuk digunakan dalam proses lebih lanjut, dijual, atau diberikan pada pihak lain, atau digunakan dengan cara lain. Merupakan persediaan yang berasal dari pihak lain, yang akan digunakan sebagai input antara atau dijual kembali tanpa mengalami proses lebih lanjut.

5. Ekspor - Impor

Secara umum, konsep ekspor-impor luar negeri yang digunakan dalam penyusunan PDB/PDRB Penggunaan mengacu pada *System of National Accounts (SNA) 1993*. Dalam SNA 1993, transaksi ekspor-impor barang luar negeri dalam komponen PDRB Penggunaan Provinsi merupakan salah satu bentuk transaksi internasional antara pelaku ekonomi yang merupakan residen suatu wilayah Provinsi terhadap pelaku ekonomi luar negeri (*non-resident*). Transaksi **ekspor barang** didefinisikan sebagai transaksi perpindahan kepemilikan ekonomi (baik berupa penjualan, barter, hadiah ataupun hibah) atas barang dari residen suatu wilayah Provinsi terhadap pelaku ekonomi luar negeri (*non-resident*). Sebaliknya, **impor barang** didefinisikan sebagai transaksi perpindahan kepemilikan ekonomi (mencakup pembelian, barter, hadiah ataupun hibah) atas barang dari pelaku ekonomi luar negeri (*non-resident*) terhadap residen suatu wilayah Provinsi

Untuk menghitung angka-angka PDRB ada tiga pendekatan yang dapat digunakan, yaitu :

1. Menurut Pendekatan Produksi

PDRB adalah jumlah nilai tambah atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi di wilayah suatu negara dalam jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun). Unit-unit produksi tersebut dalam penyajian ini dikelompokkan menjadi 9 lapangan usaha (sektor) yaitu :

- a. Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan
- b. Pertambangan dan Penggalian
- c. Industri Pengolahan
- d. Listrik, Gas dan Air Bersih
- e. Konstruksi
- f. Perdagangan, Hotel dan Restoran
- g. Pengangkutan dan Komunikasi
- h. Keuangan, Real Estate dan Jasa Perusahaan
- i. Jasa-jasa termasuk jasa pelayanan pemerintah. Setiap sektor tersebut dirinci lagi menjadi sub-sub sektor.

2. Menurut Pendekatan Pendapatan

PDRB merupakan jumlah balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang ikut serta dalam proses produksi di suatu negara dalam jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun). Balas jasa faktor produksi yang dimaksud adalah upah dan gaji, sewa tanah, bunga modal dan keuntungan; semuanya sebelum dipotong pajak penghasilan dan pajak langsung lainnya. Dalam definisi ini, PDRB mencakup juga penyusutan dan pajak tidak langsung neto (pajak tak langsung dikurangi subsidi).

3. Menurut Pendekatan Pengeluaran

PDRB adalah semua komponen permintaan akhir yang terdiri dari :

- a. pengeluaran konsumsi rumah tangga dan lembaga swasta nirlaba

- b. pengeluaran konsumsi pemerintah
- c. pembentukan modal tetap domestik bruto
- d. perubahan inventori, dan
- e. ekspor neto (ekspor neto merupakan ekspor dikurangi impor).

Secara konsep ketiga pendekatan tersebut akan menghasilkan angka yang sama. Jadi, jumlah pengeluaran akan sama dengan jumlah barang dan jasa akhir yang dihasilkan dan harus sama pula dengan jumlah pendapatan untuk faktor-faktor produksi. PDRB yang dihasilkan dengan cara ini disebut sebagai PDRB atas dasar harga pasar, karena di dalamnya sudah dicakup pajak tak langsung neto.

2.9. Defenisi daya Saing daerah

Defenisi daya saing, kebanyakan didasari pada konsep produktivitas. Suatu daerah yang memiliki produktivitas tinggi dapat dikatakan memiliki daya saing yang tinggi. Dalam konteks produktivitas sebenarnya menggambarkan aspek efisiensi dan efektivitas. Efisiensi lebih mengarah pada input sedangkan efektivitas lebih mengarah pada output. Pambudhi, dalam artikelnya : Daya saing investasi daerah, opini dunia usaha, dalam Departemen perindustrian (2007:95): menyatakan bahwa daya saing (competitiveness) pada umumnya didefenisikan sebagai seberapa besar pangsa pasar produk suatu negara dalam pasar dunia.

Defenisi dari Pambudhi, ini didasari pada konsep penguasaan pasar suatu negara dalam pasar dunia (daya saing negara). Atau penguasaan pasar suatu daerah dalam pasar nasional (daya saing daerah). Semakin besar pangsa pasar yang dikuasai suatu negara atau daerah maka dikatakan semakin tinggi daya saing negara atau daerah tersebut.

Defenisi yang lebih luas dari daya saing adalah melibatkan aspek atau kontribusinya pada kesejahteraan dan keberlanjutan pertumbuhan. Menurut satriagung, dalam artikelnya : kendala dan tantangan membangun daya saing daerah, dalam Departemen perindustrian (2007:111-124), jadi daya saing daerah adalah kemampuan perekonomian daerah dalam mencapai pertumbuhan tingkat kesejahteraan yang tinggi dan berkelanjutan dengan tetap terbuka pada persaingan domestik dan

internasional. Beberapa indikator daya saing daerah yang disebutkan oleh Pusat studi dan pendidikan ke banksentralan Bank Indonesia adalah :

- 1) perekonomian daerah
- 2) keterbukaan
- 3) sistem keuangan
- 4) infrastruktur dan sumber daya alam
- 5) ilmu pengetahuan dan teknologi
- 6) sumber daya alam
- 7) kelembagaan
- 8) governance dan kebijakan pemerintah
- 9) manajemen dan ekonomi mikro

Masalah pokok dalam pembangunan daerah adalah terletak pada penekanan terhadap kebijakan-kebijakan pembangunan yang didasarkan pada kekhasan daerah yang bersangkutan dengan menggunakan potensi sumberdaya manusia, sumberdaya alam, sumberdaya financial dan bahkan sumberdaya kelembagaan. Orientasi ini mengarahkan kita kepada pengambilan inisiatif-inisiatif yang berasal dari daerah tersebut dalam proses pembangunan untuk menciptakan kesempatan kerja baru dan merangsang peningkatan kegiatan ekonomi.

Menurut Sudarsono (2001), dinamika keunggulan daerah di masa mendatang ditandai dengan mampu tidaknya daerah dalam meraih peluang menghadapi kompetisi pasar bebas baik di tingkat regional maupun global.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian mandiri dosen STIM YKPN Yogyakarta ini meliputi data sekunder dan primer. Data sekunder diperoleh dari laporan/publikasi pihak-pihak terkait terutama Pemerintah Provinsi D.I. Yogyakarta, BPS, dan lembaga lain yang memiliki data dan informasi yang relevan. Data primer diperoleh dari hasil survei lapangan melalui kuesioner pada penghasil produk unggulan daerah dan industri kreatif terpilih.

3.2. Metode Pengambilan Sampel

Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Artinya pengambilan sampel ditentukan berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan. Ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kondisi riil produk unggulan dan industri kreatif di DI. Yogyakarta yang akan digunakan sebagai dasar perumusan pengembangan produk unggulan periode ke depan (lima tahun).

3.3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian mandiri dosen STIM YKPN Yogyakarta ini meliputi analisis data kualitatif dan kuantitatif (analisis deskriptif dan SWOT).

3.4. Analisis Deskriptif

Penggunaan analisis deskriptif (*descriptive analysis*) dimaksudkan untuk menyajikan atau mendeskripsikan hasil temuan lapangan. Tujuan utama statistika adalah menarik kesimpulan dari sampel ke seluruh populasi. Dalam menghitung statistik yang sesuai untuk meringkaskan sampel, dapat digunakan cara frekuensi (tabel dan grafik) dan pusat suatu distribusi.

3.5. Analisis Kuantitatif

Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam kajian ini disesuaikan dengan masing-masing tujuan yang akan dicapai.

Tipologi Klassen

Tipologi Klassen digunakan sebagai alat analisis yang menjelaskan apakah suatu sektor dalam struktur perekonomian daerah dikatakan sektor maju, sektor berkembang, sektor potensial, dan sektor terbelakang. Tipologi tersebut diperlukan oleh daerah untuk pengambilan kebijakan dalam pengembangan sektor usaha dalam perekonomian daerah sehingga pendapatan atau produksi daerah dapat meningkat, dan akhirnya target pertumbuhan ekonomi dapat dicapai. Sektor pertanian dan sektor lain yang dianggap merupakan sektor unggulan dapat diidentifikasi pada produk domestik regional bruto (PDRB).

Perhitungan analisis klassen didasarkan pada dua hal yaitu proporsi output sektor-sektor ekonomi terhadap pembentukan total produk domestik bruto dan pertumbuhan dari masing-masing sektor. Dari perhitungan proporsi dan pertumbuhan tersebut sektor dapat diklasifikasikan menjadi kelompok maju, berkembang, potensial, dan terbelakang. Contoh, apabila sektor pertanian masuk dalam kelompok maju tentu perlu dipertahankan dan ditingkatkan, artinya daerah tersebut mempunyai kemampuan dalam pengelolaan pertanian. Tetapi jika tergolong kelompok terbelakang tentu upaya pemerintah daerah harus maksimal dilakukan untuk pengembangan sektor tersebut dengan menganalisis berbagai faktor yang ada seperti lahan, pembibitan dan sebagainya.

Tabel 3.1.
Tipologi Klassen

Proporsi Growth	$\frac{Xi}{\bar{X}} \geq 1$	$\frac{Xi}{\bar{X}} \leq 1$
$\frac{\Delta Xi}{\Delta \bar{X}} \geq 1$	I. Sub Sektor Maju	II. Sub Sektor Berkembang
$\frac{\Delta Xi}{\Delta \bar{X}} \leq 1$	III. Sub Sektor Potensial	IV. Sub Sektor Terbelakang

Keterangan :

X_i = Nilai produksi sektor i

\bar{X} = Rata-rata nilai total produksi semua sektor produksi

ΔX_i = Pertumbuhan produksi sektor

$\Delta \bar{X}$ = Rata-rata pertumbuhan produksi semua sektor produksi

Trend

Salah satu metoda peramalan dengan garis regresi sederhana adalah dengan menggunakan metoda *Least Square*. Persamaan yang digunakan dalam metoda *Least Square* ini adalah:

$$\hat{Y} = a + bx$$

dimana :

\hat{Y} = nilai variabel Y berdasarkan garis regresi

a = konstanta

b = koefisien arah regresi linier

x = variabel independen x

Adapun persamaan a dan b adalah :

$$a = \frac{\sum y \cdot \sum x^2 - \sum x \cdot \sum xy}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum x \cdot y - \sum x \sum y}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Bila koefisien b telah dihitung terlebih dahulu maka koefisien a dapat ditentukan dengan persamaan lain:

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

dimana \bar{Y} dan \bar{X} masing – masing adalah rata-rata untuk variabel Y dan X.

Location Quotient (LQ)

Teknik analisis ini digunakan untuk menentukan kategori suatu sektor termasuk dalam sektor basis atau bukan basis. Formulasi dari teknik analisis tersebut adalah: (Iwan Jaya Azis, 1993 : 3)

$$LQ_i^J = \frac{VA_i^J / VA_i^1}{PDRB^J / PDRB^1}$$

Keterangan :

LQ_i^J = Location Quotient sektor i di daerah J

VA_i^J = Nilai tambah sektor i di daerah J

VA_i^1 = Nilai tambah sektor i di tingkat kabupaten

$PDRB^J$ = Produk Domestik Regional Bruto di daerah J

$PDRB^1$ = Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten

Dari hasil perhitungan yang diperoleh dapat diartikan dalam dua kategori, yaitu:

- a. Bila nilai LQ lebih kecil atau sama dengan 1, menunjukkan bahwa sektor tersebut bukan sektor basis.
- b. Bila nilai LQ lebih besar dari 1, menunjukkan bahwa sektor tersebut adalah sektor basis.

SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) ini didasarkan pada profil komoditas yang terpilih menjadi sampel. Analisis SWOT adalah suatu kegiatan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu program atau aktivitas. Analisis SWOT mencakup:

1. *Strengths* atau kekuatan, yaitu suatu analisis yang melihat keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh suatu komoditas.
2. *Weaknesses* atau kelemahan, yaitu kelemahan-kelemahan atau hambatan-hambatan yang timbul dalam pengembangan komoditas.
3. *Opportunities* atau peluang, yaitu peluang-peluang yang ada dalam upaya mengembangkan komoditas.
4. *Threats* atau ancaman, yaitu ancaman yang timbul yang dapat mengganggu kelancaran pengembangan komoditas.

Selanjutnya untuk mengkaji komoditas unggulan secara lebih akurat dilakukan melalui teknik *positioning*, dengan cara melakukan pembobotan terhadap masing-masing aspek, dengan cara:

1. Terlebih dahulu membuat prioritas dari pengaruhnya yang dianggap paling kuat ke paling lemah.
2. Menentukan persentase bobot dari masing-masing aspek, yaitu aspek kekuatan dan kelemahan (faktor dari dalam) dan aspek peluang dan ancaman (faktor dari luar). Sistem pembobotan dilakukan dengan cara masing-masing aspek dikalikan dengan persentase bobot, dan selanjutnya dijumlahkan.

Hasil dari analisis SWOT dan teknik *positioning* berupa posisi dari masing-masing komoditas dalam suatu matriks. Apabila semakin keatas kanan, berarti komoditas tersebut semakin potensial untuk dijadikan komoditas unggulan. Jika posisinya berada di bawah kiri, maka komoditas tersebut tidak potensial untuk dikembangkan.

Dari posisi setiap komoditas tersebut maka dapat diambil suatu alternatif kebijakan untuk mendorong komoditas yang cukup dan kurang potensial menjadi komoditas yang memiliki potensi.

Tabel 3.2.
Diagram Matrik SWOT

Internal Factor Evaluation (IFE) Eksternal Factor Evaluation (EFE)	<i>STRENGTHS (S)</i>	<i>WEAKNESSES (W)</i>
<i>OPPORTUNITIES (O)</i>	<u>Strategi SO</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Digunakan jika perusahaan berada pada kuadran I	<u>Strategi WO</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Digunakan jika perusahaan berada pada kuadran III
<i>TRHEATS (T)</i>	<u>Strategi ST</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Digunakan jika perusahaan berada pada kuadran II	<u>Strategi WT</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Digunakan jika perusahaan berada pada kuadran IV

Sumber: Disarikan dari berbagai sumber.

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Perekonomian Kabupaten Bantul

Dari hasil perhitungan LQ dan shift share di Kabupaten bantul, maka beberapa sektor dan sub. sektor unggulan diantaranya adalah sektor tanaman bahan makanan, tanaman perkebunan, penggalian, industri bukan migas, konstruksi, perdagangan besar dan eceran, angkutan jalan raya, dan sektor lembaga keuangan non bank. Karena penggunaan LQ dan shift share hanya dapat mengungkap sampai dengan sub. Sektor unggulan, maka penentuan sektor unggulan dapat dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dengan SKPD terkait, dikoordinasi oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah tingkat kabupaten Bantul yang melibatkan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Koperasi dan UMKM, Dinas Pertanian, dan dinas lain yang terkait.

Untuk Kabupaten Bantul, produk unggulan daerah lebih diarahkan pada produk industri Batik Tulis.

4.1.1. Analisis Internal dan Eksternal produk industri Batik Tulis

Perkembangan industri Batik Tulis di Kabupaten Bantul relatif sangat baik. Perkembangan ini tidak terlepas dari keberadaan Kabupaten Bantul yang memiliki potensi alam dan warisan budaya berupa motif serta keahlian membatik. Potensi

Kabupaten Bantul tersebut akan mengarah pada mudahnya dalam penciptaan produk unggulan daerah. Dalam pengembangan potensi-potensi suatu daerah sebagaimana telah disebutkan menjadi sangat penting karena industri Batik Tulis merupakan industri yang dapat dijadikan dan dapat diandalkan sebagai salah satu modal dalam bersaing di pasar nasional dan internasional. Selain produk, industri ini juga dituntut untuk mampu melakukan efisiensi usaha baik dalam proses produksi maupun dalam aktivitas pemasaran/distribusi. Untuk itu, perlu dilakukan pencermatan lebih lanjut tentang seperti aspek internal dan eksternal industri kreatif di Kabupaten Bantul. Kendala yang masih menghambat pengembangan industri di Bantul antara lain ketersediaan sumber energi yang memadai, perlunya modal yang relatif besar dalam ekspansi produksi, regenerasi Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki keahlian membatik dan pemasaran ke luar negeri, serta sistem *quality control* yang belum dilakukan secara maksimal.

Analisa Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai posisi produk unggulan Batik Tulis. Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh pada industri Batik Tulis di Kabupaten Bantul. Di dalam analisis SWOT diuraikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang teridentifikasi pada sektor industri Batik Tulis.

4.1.2. Analisis Kekuatan PUD

- a. Produk batik tulis Kabupaten Bantul, telah dikenal dengan nama **Batik Bantul**, hal ini memperkuat *positioning brand* di pasaran.
- b. Usaha batik tulis merupakan usaha turun-temurun
- c. Telah dilakukan pemetaan pengrajin Batik Tulis di Bantul berikut produk turunannya.
- d. Motif batik tulis Bantul memiliki ciri khas tersendiri yaitu mengandung nilai kesakralan, keindahan, ketekunan, ketelitian dan kesabaran

- e. Proses pembatikan dilakukan secara bolak-balik. Hal semacam ini sudah sangat langka ditemukan di daerah lain.
- f. Proses pewarnaan alami yang diterapkan pada batik tulis Bantul
- g. Limbah dari proses pewarnaan alami batik tidak mencemari lingkungan (ramah lingkungan)

4.1.3. Kelemahan PUD

- a. Belum ada standarisasi kualitas bahan
- b. Belum ada standarisasi proses produksi, khususnya pengakuan hak cipta pada proses pewarnaan alami
- c. Belum ada standarisasi kualitas batik tulis di Bantul
- d. Belum diaplikasikan pengendalian mutu batik tulis di Bantul
- e. Teknologi / peralatan produksi masih sederhana
- f. Penguasaan pasar masih lemah, meliputi akses pasar dan keterjangkauan.
- g. Manajemen usaha batik tulis masih dilakukan secara tradisional
- h. Kualitas sumber daya manusia, khususnya dalam kemampuan kewirausahaan, perajin batik tulis relatif masih lemah
- i. Belum memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam pembuatan Kontrak Jual-Beli dengan buyer besar sehingga lemah dari sisi kepastian hukum.

4.1.4. Peluang Pengembangan PUD

- a. Pangsa pasar sangat terbuka, baik dalam negeri maupun luar negeri
- b. Batik tulis dengan pewarnaan alami sangat diminati oleh konsumen luar negeri karena negara di luar sangat sensitif terhadap penggunaan bahan kimia
- c. Dukungan pemerintah daerah dengan dicanangkannya Batik Motif Ceplok Kembang Kates sebagai batik resmi Kabupaten Bantul

- d. Adanya usulan dari Dekranasda DIY untuk menjadikan Yogyakarta sebagai Kota Batik Dunia, dan telah mendapatkan kunjungan penilaian dari Dewan Kerajinan Dunia
- e. Sentra batik tulis di Bantul telah dikembangkan menjadi desa wisata, sehingga tercipta peluang wisata batik dan belajar membatik bagi pengunjung.
- f. Terdapat banyak lembaga (universitas, lembaga penelitian, PKBL, CSR, dll) yang bisa membantu pengembangan kewirausahaan dan teknologi usaha batik.
- g. Akses informasi dan transportasi ke Kabupaten Bantul relatif lebih baik dan lebih mudah.

4.1.5. Ancaman Keberlangsungan PUD

- a. Produk sejenis (batik tulis) dari daerah lain maupun dari mancanegara dengan kapasitas produksi yang jauh lebih besar sehingga harga lebih murah
- b. Adanya batik cap dan batik printing (kain bermotif batik) yang di produksi pabrik dengan harga lebih murah
- c. SDM yang memiliki keahlian membatik (pembatik) mulai langka, karena banyak yang beralih menjadi pekerja pabrik batik dengan upah yang lebih tinggi
- d. Proses pembuatan batik tulis yang kompleks dan relatif lama
- e. Regenerasi pengrajin batik dan desainer batik ke gnerasi yang lebih muda dan berpendidikan berjalan lambat.
- f. Harga batik tulis yang relatif lebih mahal dibanding batik cap dan batik printing, sehingga banyak kemungkinan konsumen beralih membeli batik cap/printing yang jauh lebih murah.

Tabel 4.1
Matriks Aspek Internal dan Eksternal Industri Batik Tulis
di Kabupaten Bantul

<p style="text-align: center;">Aspek Internal dan Eksternal</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Produk batik tulis Kabupaten Bantul, telah dikenal dengan nama Batik Bantulan, hal ini memperkuat <i>positioning brand</i> di pasaran. b) Usaha batik tulis merupakan usaha turun-temurun c) Telah dilakukan pemetaan pengrajin Batik Tulis di Bantul berikut produk turunannya. d) Motif batik tulis Bantul memiliki ciri khas tersendiri yaitu mengandung nilai kesakralan, keindahan, ketekunan, ketelitian dan kesabaran e) Proses pembatikan dilakukan secara bolak-balik. Hal semacam ini sudah sangat langka ditemukan di daerah lain. f) Proses pewarnaan alami yang diterapkan pada batik tulis Bantul g) Limbah dari proses pewarnaan alami batik tidak mencemari lingkungan (ramah lingkungan) 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Belum ada standarisasi kualitas bahan b) Belum ada standarisasi proses produksi, khususnya pengakuan hak cipta pada proses pewarnaan alami c) Belum ada standarisasi kualitas batik tulis di Bantul d) Belum diaplikasikan pengendalian mutu batik tulis di Bantul e) Teknologi / peralatan produksi masih sederhana f) Penguasaan pasar masih lemah, meliputi akses pasar dan keterjangkauan. g) Manajemen usaha batik tulis masih dilakukan secara tradisional h) Kualitas sumber daya manusia, khususnya dalam kemampuan kewirausahaan, perajin batik tulis relatif masih lemah i) Belum memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam pembuatan Kontrak Jual-Beli dengan buyer besar sehingga lemah dari sisi kepastian hukum.
<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Pangsa pasar sangat terbuka, baik dalam negeri maupun luar negeri b) Batik tulis dengan pewarnaan alami 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi S-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi W-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Memaksimalkan sistem <i>quality control</i>,

<p>sangat diminati oleh konsumen luar negeri karena negara di luar sangat sensitif terhadap penggunaan bahan kimia</p> <p>c) Dukungan pemerintah daerah dengan dicanangkannya Batik Motif Ceplok Kembang Kates sebagai batik resmi Kabupaten Bantul</p> <p>d) Adanya usulan dari Dekranasda DIY untuk menjadikan Yogyakarta sebagai Kota Batik Dunia, dan telah mendapatkan kunjungan penilaian dari Dewan Kerajinan Dunia</p> <p>e) Sentra batik tulis di Bantul telah dikembangkan menjadi desa wisata, sehingga tercipta peluang wisata batik dan belajar membatik bagi pengunjung.</p> <p>f) Terdapat banyak lembaga (universitas, lembaga penelitian, PKBL, CSR, dll) yang bisa membantu pengembangan kewirausahaan dan teknologi usaha Batik Tulis.</p> <p>g) Akses informasi dan transportasi ke Kabupaten Bantul relatif lebih baik dan lebih mudah</p>	<p>permintaan pasar,</p> <p>b) Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi,</p> <p>c) Peningkatan kerjasama antara industri kreatif dengan perguruan tinggi di DIY,</p>	<p>b) Aktif mengikuti pameran dagang dan kerjasama perdagangan luar negeri,</p> <p>c) Kerjasama dengan lembaga keuangan,</p> <p>d) Mencari alternatif sumber-sumber pembiayaan usaha.</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>a) Produk sejenis (batik tulis) dari daerah lain maupun dari mancanegara dengan kapasitas produksi yang jauh lebih besar sehingga harga lebih murah</p> <p>b) Adanya batik cap dan batik printing (kain bermotif batik) yang di produksi pabrik dengan harga lebih murah</p> <p>c) SDM yang memiliki keahlian membatik (pembatik) mulai langka,</p>	<p><u>Strategi S-T</u></p> <p>a) Meningkatkan kreativitas dan efisiensi baik produksi maupun pemasaran,</p> <p>b) Mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau,</p> <p>c) Tersedianya sumber energi yang memadai dan berkelanjutan termasuk kemungkinan penggunaan sumber energi</p>	<p><u>Strategi W-T</u></p> <p>a) Adanya informasi pasar dan pemasaran yang lengkap tentang pasar internasional,</p> <p>b) Mempertahankan pangsa pasar yang telah dikuasai (terutama konsumen yang loyal).</p>

<p>karena banyak yang beralih menjadi pekerja pabrik batik dengan upah yang lebih tinggi</p> <p>d) Proses pembuatan batik tulis yang kompleks dan relatif lama</p> <p>e) Regenerasi pengrajin batik dan desainer batik ke generasi yang lebih muda dan berpendidikan berjalan lambat.</p> <p>f) Harga batik tulis yang relatif lebih mahal dibanding batik cap dan batik printing, sehingga banyak kemungkinan konsumen beralih membeli batik cap/printing yang jauh lebih murah.</p>	<p>alternatif.</p>	
---	--------------------	--

Batik Tulis

Industri batik tulis di Bantul terdapat di Kecamatan Imogiri (sentra batik tulis) dan sebagian di Kecamatan Pandak, dimana industrinya ada yang berskala mikro dan ada pula yang berskala kecil. Selain terdapat di dua kecamatan tersebut, batik tulis juga dibuat di wilayah kecamatan lain namun jumlahnya tidak terlalu besar. Jadi dapat dikatakan bahwa Kecamatan Imogiri merupakan sentra industry batik tulis di Kabupaten Bantul. Produk batik tulis sudah diekspor khususnya ke pasar Eropa dan Amerika.

Inovasi

Pemerintah Kabupaten Bantul telah membuat beberapa kebijakan terkait perkembangan batik tulis, dengan tujuan untuk menggairahkan perkembangan batik.

1. Pameran

Pameran merupakan kegiatan untuk memperlihatkan kepada masyarakat tentang produk yang dihasilkan pengrajin, menjelaskan makna atau fungsi produk, bahkan sampai menjelaskan proses pembuatannya. Cara ini dilakukan oleh hampir semua pemerintah daerah di Indonesia. Kegiatan pameran batik tulis Pemkab Bantul antara lain dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul ke Jakarta dalam

acara Mahakarya Batik Bantul 2012 sebagai rangkaian kegiatan Pekan Batik Nusantara di Museum Tekstil Jakarta

2. Pasar Seni Gabusan dan Bantul Expo

Untuk pemasaran, para pengrajin batik tulis di Bantul banyak yang membuka *showroom* di rumahnya masing-masing, seperti batik Ya Halwa di Jalan Bantul Km 8,5, batik Sarjuni/Jogo Pertiwi di tangga naik makam raja-raja Pajimatan Imogiri, batik Topo HP dan Dirjo Sugito di Pijenan, Pandak. Batik di *showroom-showroom* tersebut paling laris menjelang lebaran atau saat musim liburan sekolah tiba.

Pada tanggal 17 November 2004, Pemkab Bantul juga meresmikan Pasar Seni Gabusan (PSG) yang dimaksudkan sebagai sentra, miniature, tempat perdagangan, dan pusat informasi awal bagi produk-produk kerajinan yang banyak terdapat di Bantul (sekitar 8.015 unit usaha kerajinan), dimana salah satunya batik tulis. Setelah mendapat informasi awal, jika tertarik wisatawan dapat minta tolong pegawai PSG untuk menunjukkan lokasi masing-masing pengrajin.

Pendirian PSG dilakukan karena belum ada satu pasar kerajinan yang lengkap di Bantul, seperti pasar Sukowati yang terdapat di Bali, ataupun pasar batik, seperti pasar Klewer di Solo.

1. Taman Gabusan sebagai Media Iklan
2. Buku Batik Bantul
3. Memperteguh Keahlian: Batik Sebagai Muatan Lokal

4.2 Rencana Aksi Pengembangan Pengembangan Produk Unggulan Daerah Pengolahan Industri Batik Tulis Kabupaten Bantul

4.2.1. Pokok Pokok Rencana Aksi Jangka Menengah Tahun 2021– 2025

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
A	PENGUATAN KELEMBAGAAN									
1	Melengkapi legalitas dan membentuk Forum Pengembangan Ekonomi Daerah Pelaksanan PUD									
1.1	Menetapkan Peraturan Bupati/ Keputusan Bupati Bantul tentang Penetapan PUD Kabupaten Bantul	Adanya Peraturan Bupati/ Keputusan Bupati Bantul tentang Penetapan PUD Kabupaten Bantul	Sekretaris Daerah	Bappeda, Bagian Hukum, Bagian Perekonomian, Disperindagkop dan UMKM		X				
1.2	Mensosialisasikan pengembangan PUD Kabupaten Bantul	Tersosialisasinya PUD Kabupaten Bantul pada seluruh pemangku kepentingan sebanyak 5 (lima) kali	Disperindagkop dan UMKM	Bappeda, Dinas Perhubungan dan Kominfo, Dinas Pariwisata		X				
1.3	Mencantumkan program PUD dalam Rencana Kerja Tahunan RKPD	Tercantumnya PUD Kab.Bantul dalam RKPD setiap Dinas Terkait	Sekretaris Daerah	Bappeda, Disperindagkop dan UMKM, Dinas Pariwisata,		X	X	X	X	X
1.4	Membentuk Forum Pengembangan Ekonomi Daerah Kabupaten Bantul	Kepengurusan Forum Pengembangan Ekonomi Daerah Kabupaten Bantul dengan Surat Keputusan Bupati Bantul	Sekretaris Daerah	Bappeda, Disperindagkop dan UMKM, Dinas Pariwisata		X				
1.5	Membangun kerjasama dengan lembaga-lembaga standardisasi	Terjalinnya kerjasama dengan lembaga-lembaga standardisasi produk	Pemerintah Kabupaten Bantul	Bappeda, Disperindagkop dan UMKM DIY, Dinas Kesehatan, BP POM DIY,			X	X	X	X

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
	(Kemenkumham, BSN, BPPT)			Balai Besar Bisnis dan Kerajinan						
1.6	Evaluasi dan monitoring	Terselenggara pertemuan antara stakeholder 1 kali per 6 bulan	Disperindagkop dan UMKM	Bappeda, Dinas Pariwisata	Bina bangsa, Kemenperin	x	x	x	x	x
2	Fasilitasi akses penguatan kelompok Batik Tulis									
2.1	Pembinaan peningkatan kemampuan kelompok	Meningkatnya jumlah kelompok industri Batik Tulis yang mengacu pada prinsip- prinsip organisasi (30%)	Disperindagkop dan UMKM	Bappeda, Dinas Koperasi dan UMKM, KUB	Deputi bidang Kelembagaan Koperasi dan UKM	X	X	X	X	X
2.2	Pelatihan manajemen kelompok Batik Tulis	Meningkatnya kemampuan kelompok dalam mengelola usaha (40%)	Disperindagkop dan UMKM	Bappeda, Perguruan tinggi, Balai Besar Batik dan Kerajinan, Asosiasi Pertekstilan	Kementrian Perindustrian dan Kementrian Koperasi dan UKM, Dirjen Bina Bangsa	X	X	X	X	X
2.3	Fasilitasi pemodalan	Terjalinnya kerjasama kemitraan dengan lembaga keuangan. (6 lembaga keuangan)	Disperindagkop dan UMKM, Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu	Pemerintah Kabupaten Lembaga keuangan bank dan non bank	Kementrian Dalam Negeri, Perindustrian, Kementrian Koperasi dan KUKM, BUMN	x	X	x	X	x

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder				2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat						
			Utama	Tekait							
B	PENINGKATAN KEMAMPUAN SDM										
1	Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengolahan Batik Tulis										
1.1	Pelatihan kewirausahaan	Terselenggaranya pelatihan kewirausahaan Batik Tulis	Disperindagkop dan UMKM	BAPPEDA, Dinas Pariwisata	Ditjen IKM Kemenperin Perguruan Tinggi, Ditjen Bina Bangda	X	X	X	X	X	
1.2	Pelatihan pemasaran	Terselenggaranya pelatihan Batik Tulis	Disperindagkop dan UMKM	BAPPEDA, Dinas Pariwisata,	Ditjen IKM Kemenperin Perguruan Tinggi, Ditjen Bina Bangda	X	X	X	X	X	
1.3	Pelatihan produksi Batik Tulis	Terselenggaranya pelatihan Batik Tulis	Disperindagkop dan UMKM	BAPPEDA, Dinas Pariwisata	Ditjen IKM Kemenperin Perguruan Tinggi, Ditjen Bina Bangda	X	X	X	X	X	
2	Meningkatkan kemampuan manajemen usaha										
2.1	Pelatihan bisnis plan	Terselenggara pelatihan bisnis plan bagi pelaku usaha	Disperindagkop dan UMKM	Bappeda, Dinas Koperasi dan UMKM, KUB, pelaku usaha, Dinas Perindagkop DIY	Deputi bid. Pengembangan SDM Kemen KUKM, Ditjen Bina Bangda	X	X	X	X	X	

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
2.2	Penerapan GKM	Meningkatnya mutu Batik Tulis	Disperindagkop dan UMKM	Disperindagkop dan UMKM DIY	Kementerian Perindustrian, Ditjen Bina Bangda	X	X	X	X	X
2.3	Fasilitasi bantuan peralatan Batik Tulis	Pengolahan Batik Tulis menggunakan peralatan teknologi tepat guna (100 paket)	Disperindagkop dan UMKM	Disperindagkop dan UMKM DIY	Kementerian Perindustrian, Ditjen Bina Bangda	X	X	X	X	X
C	MEMBANGUN KERJASAMA KEMITRAAN									
1	Membangun jejaring usaha									
1.1	Membangun kerjasama ketersediaan bahan baku	Terbentuknya kerjasama tersedianya bahan baku dengan pemkab daerah lain dan dunia usaha (10 kerja sama)	Dinas Perindagkop dan UMKM	Bappeda, Asosiasi Pertekstilan	Kementerian Perindustrian Kementerian Dalam Negeri	x	x	x	X	X
1.2	Menyelenggarakan kegiatan temu usaha dan workshop	Terjalinnya kerjasama usaha antara pelaku Batik Tulis dengan dunia usaha	Dinas Perindagkop dan UMKM	Bappeda, Asosiasi Pertekstilan Bantul			X	X	X	X
2	Melakukan perluasan pasar									
2.1	Mengikutsertakan produk industri batik tulis dalam pameran penting di dalam negeri	Ikut serta dalam pameran di tingkat Propinsi dan Nasional minimal 4 kali dalam setahun	Dinas Perindag Dinas Koperasi dan UMKM	Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Koperasi DIY	Ditjen IKM Kemenperin; Deputi bid. Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian		X	x	x	x

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
					KUKM, Ditjen Bina Bangda					
2.2	Mempromosikan dan kerjasama pemasaran produk Batik Tulis	Batik Tulis Kabupaten Bantul selalu ada dalam moment.	Dinas Perindagkop dan UMKM	Asosiasi pengusaha hotel dan restoran kab Bantul, Dinas Perindagkop DIY, Kadin	Ditjen IKM Kemenperin; Ditjen Bina Bangda, Deputi bid. Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementrian KUKM		x	x	x	x
2.3	Menyusun profil (booklet, leaflet) industri Batik Tulis	Tersedia profil (booklet, leaflet) industri Batik Tulis	Dinas Perindag dan UKM	Bappeda Bantul	Ditjen IKM Kemenperin; Deputi bid. Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementrian KUKM		X	x	x	x
2.4	Membuat dan mengelola website produk Batik Tulis	Tersedia Website produk Batik Tulis yang <i>up to date</i>	Disperindagkop dan UMKM	Asosiasi Pertekstilan, Dinas Perindagkop DIY, Dinas Perhubungan dan Kominfo	Ditjen PFI Kemenperin; Ditjen Bina bangda Deputi bid. Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementrian KUKM		x	x	x	x

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
D	PENGUATAN DAN PENINGKATAN TEKNOLOGI PRODUKSI, SARANA DAN PRASARANA									
1	Melakukan rekayasa genetik untuk memperoleh tanaman bahan pewarnaan alam	Diperolehnya tanaman yang menghasilkan pewarna alami berkualitas sesuai standar baku mutu	Dinas Pertanian dan Kehutanan	Kelompok Tani	BPPT; Balai Besar Batik dan kerajinan Kemenperin			X	X	X
2	Memfaatkan teknologi tepat guna dalam penyediaan bahan baku pewarnaan alam	Ditemukannya teknologi tepat guna dalam penyediaan bahan baku pewarnaan alam siap produksi	BPTTG, Dinas Perindagkop dan UKM DIY	Dinas Pertanian dan Kehutanan; Dinas Perindagkop dan UMKM	BPPT		X	X	X	X
3	Mekanisasi dan pengembangan teknologi produksi Batik Tulis	Tersedianya peralatan produksi yang mampu menghasilkan produk Batik Tulis yang memenuhi permintaan pasar	BPTTG Dinas Perindagkop dan UKM DIY	UPT; dunia usaha; perguruan tinggi	BPPT; Kemenperin		X	X	X	X
4	Pengembangan produk berbasis Batik Tulis	Ditemukannya beragam varian Batik Tulis	Dinas Perindagkop dan UMKM	Perguruan tinggi	Balai Besar Balai Besar Batik dan kerajinan Kemenperin			X	X	X
5	Memberikan fasilitas TI bagi pusat-pusat pengolahan Batik Tulis	Tersedianya akses informasi berbasis TI di pusat-pusat Batik Tulis	Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informasi	Dinas Perindagkop dan UMKM; Dinas Kominfo DIY	Kementerian Komunikasi dan Informatika			X	X	X
6	Membangun showroom untuk pemasaran produk Batik Tulis produk unggulan Kabupaten Bantul	Terbangun showroom di titik-titik strategis di kabupaten Bantul	Bappeda	Dinas Pekerjaan Umum, Dinas Perindagkop dan UMKM, Dinas Pariwisata				X		

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder				2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat						
			Utama	Tekait							
8	Memperbaiki dan membangun infrastruktur jalan.	Tersedianya prasarana jalan dengan kondisi baik.	Bappeda, Dinas Pekerjaan Umum, Disperindagkop dan UMKM.	KUB, pelaku usaha	Kementrian PU, Kementrian Perindustrian		x	x	x	x	

4.2.3. POKOK POKOK RENCANA AKSI JANGKA PANJANG TAHUN 2021 – 2030

No	Pokok-Pokok Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder	
			Daerah	Pusat
	PENGUATAN KELEMBAGAAN			
1	Melakukan kerjasama pemasaran			
1.1	Melakukan kerjasama dengan Industri jasa, outlet pemasaran yang ada di kota-kota besar di Indonesia dan negara-negara tujuan ekspor	Dokumen MoU kerjasama pemasaran	Pemerintah Kab. Bantul; Pemda DIY	Kemendagri, Kemenperin; Kemenlu; Kemendag; Kemen Parekraf
1.2	Mengikutsertakan produk industri Batik Tulis dalam pameran tingkat nasional dan internasional	Keikutsertaan pelaku usaha dalam pameran	Dinas Perindagkop DIY, Bappeda, Dinas Perindagkop dan UMKM Bantul, Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu	Kemendagri, Kemendag, Kemenlu, Kemenperin, Kemen Parekraf
2	Membentuk UPT Pengolahan Batik Tulis	Terbentuknya UPT Pengolahan Batik Tulis	Pemerintah Kabupaten Bantul	Ditjen Bina Bangda, Kemenperin

No	Pokok-Pokok Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder	
			Daerah	Pusat
TEKNOLOGI INOVASI PRODUK				
1	Melakukan kerjasama dengan perguruan tinggi untuk fasilitasi inovasi produk (riset dan pengembangan)	Tersedia inovasi produk industri Batik Tulis dengan kualitas baik dan sesuai standar	Bappeda, Disperindagkop dan UMKM, Disperindagkop dan UMKM DIY, Perguruan Tinggi, BPTTG	Balai Besar Batik dan kerajinan Ditjen Bina bangsa; BPPT
2	Memfasilitasi legalitas dan standar kualitas produk Batik Tulis	Semua produk Batik Tulis memiliki legalitas dan standar mutu produk	Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu, Disperindagkop dan UMKM, Dinas, Bagian Hukum Setda Bantul, Disperindagkop dan UMKM DIY	Klinik HKI Kemenperin dan Dirjen HKI Kemkumham
3	Riset dan pengembangan teknologi pengolahan Batik Tulis	Terciptanya teknologi yang mendukung pengembangan produk Batik Tulis	Bappeda, Disperindagkop dan UMKM; Dinas Perindagkop DIY; BPTTG	Kemendagri, Kemenperin; BPTP; , BPPT, STTP
PENGEMBANGAN KLASTER INDUSTRI BATIK TULIS				
1	Pengembangan Klaster Industri batik Tulis	Terwujudnya klaster sentra Industri batik tulis	Bappeda, Dinas Perindagkop dan UMKM Bantul, Dinas Perindagkop dan UKM DIY	Kemendagri, Kemenperin, Kementrian Koperasi dan UKM
2	Pengembangan infrastruktur pendukung	Tersedianya akses	Pemerintah Kab. Bantul, DIY	Kementerian PU, Kemenkominfo, Kemendagri,

No	Pokok-Pokok Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder	
			Daerah	Pusat
	pengolahan Batik Tulis	transportasi, komunikasi, informasi.		Kemenperin, PT Telkom
3	Pengembangan industri pendukung teknologi pengolahan Batik Tulis	Tersedianya jasa perawatan dan sparepart peralatan Batik Tulis	Dinas Perindagkop dan UMKM, BPMPT, KLH, Dinas PU, Dinas Pertanian dan Kehutanan, BPTTG dunia usaha.	Kemenperin, BPPT
		Tersedianya agen jasa ekspedisi/ pengiriman barang	Dinas Perindagkop dan UKM, Dinas PU, BPMPT, Dinas Perhubungan Kominfo, BUMD, dunia usaha, Dinas Perindagkop DIY	Kemendag, dunia usaha
		Tersedianya fasilitas perbankan	Dinas Perindagkop dan UMKM, Dinas Perindagkop DIY, dunia perbankan dan lembaga keuangan	Kementerian Koperasi dan UKM, Dunia perbankan dan lembaga keuangan

No	Pokok-Pokok Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder	
			Daerah	Pusat
4	Pengembangan klaster industri Batik Tulis sebagai destinasi wisata	Tersedianya fasilitas wisata Batik Tulis (hotel, homestay, restoran/ warung kuliner, dll)	Bappeda, Dinas Perindagkop dan UMKM, Dinas Budpora, Dinas PU, BPMPT, PHRI DIY	Kemenperin, Kemen Parekraf, Kemendag, PHRI

4.3 Kabupaten Gunungkidul

Penilaian potensi investasi kabupaten Gunungkidul didasarkan pada hasil penghitungan Tipologi Klassen dan LQ, serta persepsi dari responden pelaku usaha, asosiasi pengusaha, akademisi, lembaga keuangan, tokoh masyarakat, pejabat kecamatan, dan SKPD. Dengan demikian diharapkan dapat diperoleh kegiatan investasi yang mendekati kenyataan atau kebutuhan investasi riil. Potensi investasi hasil penghitungan Tipologi Klassen dan LQ adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2
Potensi Investasi Di Kabupaten Gunungkidul

No	Tipologi Klassen dan LQ	Pelaku Usaha, Akademisi, Asosiasi Pengusaha, Lembaga Keuangan, SKPD*)	Tokoh Masyarakat*)	Pejabat Kecamatan*)
1	Ubi kayu	Pertanian	Pertanian	Pengembangan tanaman pangan dan hortikultura
2	Kelapa	Kerajinan (Kayu, Bambu, Batu alam)	Peternakan	Olahan makanan
3	Sapi potong	Peternakan	Sumber daya alam (hutan)	Peternakan ayam dan sapi
4	Jati	Sumber daya alam (Kehutanan, Kras)	Kelautan/perikanan	Perikanan
5	Budidaya ikan air tawar	Perikanan	Olahan makanan	Pengolahan hasil laut
6	Kerajinan kayu	Perdagangan	Mebel kayu	Kerajinan kayu/Mebel/furnitur
7	Kerajinan bambu	Ubi kayu diolah menjadi tepung cassava dan mocaf	Kerajinan anyaman bambu	Kerajinan bambu
8	Mebel/furniture	Pariwisata (Pantai, Gua, Sejarah, Budaya)	Indutri Mocaf dan Casava	Pengolahan tepung ketela (casava)
9	Pengolahan ubi kayu		Batu alam	Batu alam dan ukir batu
10	Pengolahan batu		Wisata alam	Pariwisata (Pantai, Gua, Sejarah,

				Budaya)
11	Penunjang pariwisata			

Sumber: Hasil Penghitungan Tipologi Klassen, LQ, Responden.

Berdasarkan hasil penghitungan Tipologi Klassen, LQ, dan persepsi para responden seperti yang tersaji pada tabel 6.5 maka dapat ditentukan komoditas investasi yang diprioritaskan untuk segera diwujudkan di Kabupaten Gunungkidul. Komoditas tersebut seperti tersaji pada tabel berikut.

Tabel 4.3
Komoditas Prioritas Investasi
Di Kabupaten Gunungkidul

No.	Komoditas
1	Tepung moca
2	Pengolahan daging sapi
3	Budidaya ikan air tawar
4	Kerajinan batu alam
5	Kerajinan bambu
6	Kerajinan kayu
7	Rumah wisata (<i>homestay</i>)
8	Biro perjalanan wisata

Tabel 4.4.

Rencana Aksi Pengembangan Industri Kerajinan Kayu dan Bambu Kabupaten Gunung Kidul

Sasaran	Rencana Pelaksanaan Pembangunan			Indikator	Pelaksanaan				
	Program	Kegiatan	Fihak Terkait		2014	2015	2016	2017	2018
Mengidentifikasi sentra produk industri unggulan terutama untuk produk kerajinan dari kayu dan bambu.	Melakukan kajian untuk mengidentifikasi sisi permintaan, sisi penawaran, dan konsep pengembangan usaha kerajinan kayu dan bambu	Merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangann usaha produksi kerajinan bambu dan kayu	Bappeda Dinas Koperasi dan UMKM	Teridentifikasi rumusan kajian dan kebijakan yang diharapkan mendukung pengembangan industri kayu dan bambu	X	X			
Mendorong sentra kerajinan dari kayu dan bambu diarahkan pada usaha penyerapan tenaga kerja	Penciptaan Iklim Usaha Usaha Kecil Menengah yang Kondusif melalui a. pendampingan b. bantuan modal c. pembinaan kemitraan dengan fihak ketiga	Menerbitkan kebijakan yang kondusif misalnya : a. mengenai bantuan permodalan dari industri besar dan sedang kepada usaha kecil b. kemudahan pinjaman permodalan dari lembaga keuangan bank	Bappeda Dinas Koperasi dan UMKM, Sentra industri kayu dan bambu	Tersedia kebijakan untuk pengembangan jumlah industri kayu dan bambu yang bergerak di bidang produksi Peningkatan jumlah usaha yang bermitra	X	X			
							X	X	X

Sasaran	Rencana Pelaksanaan Pembangunan			Indikator	Pelaksanaan				
	Program	Kegiatan	Fihak Terkait		2014	2015	2016	2017	2018
Usaha kerajinan kayu dan bambu skalanya semakin meningkat, baik dari skala usahanya maupun kontribusinya	Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah, terutama kerajinan bambu dan kayu	dan non-bank kepada UKM		dengan usaha yang lebih besar dan lembaga permodalan			X	X	X
		Fasilitasi kemitraan dan jejaring usaha bagi kerajinan bambu dan kayu		Peningkatan jumlah usaha yang mengikuti pelatihan dan pendampingan			X	X	X
	Pengembangan Sistem Pendukung Usaha kerajinan bambu dan kayu	Peningkatan kualitas SDM kerajinan bambu dan kayu		Tersedia skema dukungan pengembangan kerajinan bambu dan kayu			X	X	X
	Peningkatan Kualitas Kelembagaan kerajinan bambu	Pembinaan Koperasi		sesuai dengan potensi di wilayah			X	X	X

Sasaran	Rencana Pelaksanaan Pembangunan			Indikator	Pelaksanaan				
	Program	Kegiatan	Fihak Terkait		2014	2015	2016	2017	2018
	dan kayu	<p>dari aspek manajemen keuangan dan manajemen SDM kerajinan bambu dan kayu</p> <p>Fasilitasi kemitraan dan jejaring usaha bagi kerajinan bambu dan kayu</p> <p>Peningkatan kualitas SDM kerajinan bambu dan kayu</p>		<p>Peningkatan jumlah kerajinan bambu dan kayu aktif yang bergerak di berbagai aktivitas ekonomi</p> <p>Meningkatnya jumlah koperasi yang mengalami kenaikan peringkat</p> <p>Meningkatnya jumlah SDM pelaku kerajinan bambu dan kayu yang</p>			X	X	X
							X	X	X

Sasaran	Rencana Pelaksanaan Pembangunan			Indikator	Pelaksanaan				
	Program	Kegiatan	Fihak Terkait		2014	2015	2016	2017	2018
				telah mengikuti pelatihan yang diberikan oleh pemerintah dan lembaga mitra pemerintah					
Mengembangkan Strategi dan Struktur Bisnis serta Persaingan pada kerajinan bambu dan kayu	Penciptaan Iklim Usaha Usaha Kecil Menengah yang Kondusif	Mempertahankan iklim usaha yang mendorong tidak adanya hambatan untuk masuk dan keluar dalam industri bagi UMKM	Bappeda Dinas Koperasi dan UMKM, Sentra industri kayu dan bambu	Peningkatan jumlah jejaring usaha pendukung usaha kerajinan bambu dan kayu	X	X	X	X	X
	Pengembangan Sistem Pendukung Usaha aktif yang bergerak di berbagai aktivitas ekonomi	Pengembangan Inkubator Bisnis		Peningkatan jumlah kerajinan bambu dan kayu	X	X	X	X	X

Sasaran	Rencana Pelaksanaan Pembangunan			Indikator	Pelaksanaan				
	Program	Kegiatan	Fihak Terkait		2014	2015	2016	2017	2018
Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif		Pengembangan teknologi		Peningkatan jumlah pelaku ekonomi	X	X	X	X	X
		Pelatihan Faslitasi usaha kemitraaan		Meningkatnya jumlah kemitraan antara usaha dalam hal:					
				a. mengelola usaha					
				b. peningkatan permodalan	X	X	X	X	X
	Revitalisasi		meningkatnya peran BDC dalam hal permodalan kepada UKM dan fasilitasi jaringan pemasaran bagi		X	X	X	X	

Sasaran	Rencana Pelaksanaan Pembangunan			Indikator	Pelaksanaan				
	Program	Kegiatan	Fihak Terkait		2014	2015	2016	2017	2018
		Memfasilitasi dan Mengkoordinasi pelayananan perijinan Promosi dan pameran potensi investasi kerajinan				X	X	X	X

4.4. Kabupaten Kulon Progo

Dari hasil perhitungan LQ dan shift share di Kabupaten Kulon Progo, tersebut menunjukkan bahwa sub-sub sektor yang termasuk kategori basis dan non basis dalam jumlah yang berimbang. Sektor yang termasuk kategori basis meliputi tanaman bahan makanan, tanaman perkebunan, peternakan dan hasil-hasilnya, kehutanan, perikanan, penggalian, industri bukan migas, air bersih, perdagangan besar dan eceran, angkutan jalan raya, jasa penunjang komunikasi, bank, dan jasa pemerintahan umum. Sedangkan sektor listrik, konstruksi, hotel, restoran, angkutan rel, jasa penunjang angkutan, pos dan telekomunikasi, lembaga keuangan bukan bank, real estat, jasa perusahaan, jasa sosial dan kemasyarakatan, jasa hiburan dan rekreasi, serta jasa perorangan dan rumah tangga termasuk kategori non basis.

Untuk Kabupaten Kulon Progo, produk unggulan daerah lebih diarahkan pada produk industri pengolahan gula kristal.

4.4.1. Analisis Internal dan Eksternal produk industri pengolahan gula kristal

Perkembangan industri pengolahan gula Kristal di Kabupaten Kulonprogo relatif sangat baik. Perkembangan ini tidak terlepas dari keberadaan Kabupaten Kulonprogo yang memiliki potensi alam yang luar biasa. Kesemua potensi Kabupaten Kulonprogo tersebut akan mengarah pada mudahnya dalam penciptaan produk unggulan daerah. Dalam pengembangan potensi-potensi suatu daerah sebagaimana telah disebutkan menjadi sangat penting karena industri pengolahan gula semut merupakan industri yang dapat dijadikan dan dapat diandalkan sebagai salah satu modal dalam bersaing di pasar nasional dan internasional. Selain produk, industri ini juga dituntut untuk mampu melakukan efisiensi usaha baik dalam proses produksi maupun dalam aktivitas pemasaran/distribusi. Untuk itu, perlu dilakukan pencermatan lebih lanjut tentang seperti apa aspek internal dan eksternal industri kreatif di Kabupaten Kulonprogo. Kendala yang masih menghambat pengembangan industri di Kulonprogo antara lain ketersediaan sumber energi yang memadai, perlunya modal yang relatif besar dalam ekspansi produksi dan pemasaran ke luar negeri, dan sistem *quality control* belum dilakukan secara maksimal.

Analisa Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai posisi produk unggulan gula kelapa kristal kristal dan turunannya. Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh pada industri pengolahan gula kelapa kristal kristal dan turunannya di Kabupaten Kulon Progo. Di dalam analisis SWOT diuraikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang teridentifikasi pada sektor industri pengolahan gula kelapa kristal kristal.

4.4.2. Analisis Kekuatan PUD

- a. Produk gula semut identik dengan Kulon Progo, dengan demikian, gula semut Kulon Progo sudah memiliki kekuatan *brand* yang tinggi
- b. Usaha gula kelapa kristal merupakan usaha turun-temurun
- c. Telah dilakukan pemetaan tanaman kelapa di Kabupaten Kulon Progo
- d. Sumberdaya manusia di Jogjakarta dikenal memiliki kreativitas yang tinggi, sehingga mampu mengembangkan metode pengolahan bahan baku, proses produksi gula semut, maupun pengembangan produk turunan
- e. Bahan baku tersedia melimpah dengan kapasitas 385.874.640 liter/tahun
- f. Budi daya pohon kelapa sebagai penghasil nira bahan baku gula semut dikembangkan secara organik.
- g. Kualitas bahan baku nira di Kulon Progo lebih baik dari daerah lain karena memiliki wilayah yang berupa daerah pegunungan yang luas.

4.4.3. Analisis Kelemahan PUD

- a. Belum ada standarisasi kualitas bahan baku
- b. Belum ada standarisasi proses produksi
- c. Belum ada standarisasi kualitas produk gula semut di Kulon Progo
- d. Belum diaplikasikan pengendalian mutu produk gula semut
- e. Teknologi / peralatan produksi masih sederhana
- f. Penguasaan pasar masih lemah.
- g. Manajemen usaha gula semut masih dilakukan secara tradisional

- h. Kualitas sumber daya manusia, khususnya dalam kemampuan kewirausahaan, perajin gula kristal relatif masih lemah
- i. Kelembagaan pengelolaan gula kelapa kristal kristal relatif lemah
- j. Belum tersedia teknologi yang nira kelapa dapat memudahkan proses penyadapan nira kelapa.

4.4.4. Peluang Pengembangan PUD

- h. Pangsa pasar sangat terbuka, baik dalam negeri maupun luar negeri
- i. Dukungan pemerintah daerah dengan dicanangkannya program bela beli Kulon Progo
- j. Terdapat banyak lembaga (universitas, lembaga penelitian, PKBL, CSR, dll) yang bisa membantu pengembangan kewirausahaan dan teknologi usaha gula semut.
- k. Akses informasi di Jogjakarta relatif lebih baik ketimbang daerah lain.

4.4.5. Ancaman Keberlangsungan PUD

- g. Produk sejenis dari daerah lain dengan kapasitas produksi yang jauh lebih besar
- h. Kualitas bahan baku yang sangat dipengaruhi oleh cuaca
- i. Biaya sertifikasi usaha dan standarisasi produk yang belum terjangkau oleh sebagian besar perajin gula semut
- j. Regenerasi perajin gula kelapa kristal dan penderes berjalan lambat.
- k. Tata niaga gula semut yang belum mencerminkan keadilan, karena proporsi penghasilan masih dinikmati oleh para pedagang dan eksportir.

Tabel 4.5.

Matriks Aspek Internal dan Eksternal Industri Pengelolaan Gula Semut Kristal di Kabupaten Kulonprogo

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Aspek Internal dan Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> a) Produk gula semut identik dengan Kulon Progo, dengan demikian, gula semut Kulon Progo sudah memiliki kekuatan <i>brand</i> yang tinggi, b) Usaha gula kelapa kristal merupakan usaha turun-temurun c) Telah dilakukan pemetaan tanaman kelapa di Kabupaten Kulon Progo d) Bahan baku tersedia melimpah dengan kapasitas 385.874.640 liter/tahun e) Budi daya pohon kelapa sebagai penghasil nira bahan baku gula semut dikembangkan secara organik. f) Kualitas bahan baku nira di Kulon Progo lebih baik dari daerah lain karena memiliki wilayah yang berupa daerah pegunungan yang luas 	<ul style="list-style-type: none"> a) Belum ada standarisasi kualitas bahan baku b) Belum ada standarisasi proses produksi c) Belum ada standarisasi kualitas produk gula semut di Kulon Progo d) Belum diaplikasikan pengendalian mutu produk gula semut e) Teknologi / peralatan produksi masih sederhana f) Penguasaan pasar masih lemah. g) Manajemen usaha gula semut masih dilakukan secara tradisional h) Kualitas sumber daya manusia, khususnya dalam kemampuan kewirausahaan, perajin gula kristal relatif masih lemah i) Kelembagaan pengelolaan gula kelapa kristal kristal relatif lemah j) Belum tersedia teknologi yang nira kelapa dapat memudahkan proses penyadapan nira kelapa.
Peluang (O)	<u>Strategi S-O</u>	<u>Strategi W-O</u>

<ul style="list-style-type: none"> a) Pangsa pasar sangat terbuka, baik dalam negeri maupun luar negeri b) Dukungan pemerintah daerah dengan dicanangkannya program bela beli Kulon Progo c) Terdapat banyak lembaga (universitas, lembaga penelitian, PKBL, CSR, dll) yang bisa membantu pengembangan kewirausahaan dan teknologi usaha gula semut. d) Akses informasi di Jogjakarta relatif lebih baik ketimbang daerah lain. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai permintaan pasar, b) Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, c) Peningkatan kerjasama antara industri kreatif dengan perguruan tinggi di DIY, 	<ul style="list-style-type: none"> a) Memaksimalkan sistem <i>quality control</i>, b) Aktif mengikuti pameran dagang dan kerjasama perdagangan luar negeri, c) Kerjasama dengan lembaga keuangan, d) Mencari alternatif sumber-sumber pembiayaan usaha.
<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Produk sejenis dari daerah lain dengan kapasitas produksi yang jauh lebih besar b) Kualitas bahan baku yang sangat dipengaruhi oleh cuaca c) Biaya sertifikasi usaha dan standarisasi produk yang belum terjangkau oleh sebagian besar perajin gula semut d) Regenerasi perajin gula kelapa kristal dan penderes 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi S-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Meningkatkan kreativitas dan efisiensi baik produksi maupun pemasaran, b) Mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau, c) Tersedianya sumber energi yang memadai dan berkelanjutan termasuk kemungkinan penggunaan sumber energi alternatif. 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi W-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Adanya informasi pasar dan pemasaran yang lengkap tentang pasar internasional, b) Mempertahankan pangsa pasar yang telah dikuasai (terutama konsumen yang loyal).

berjalan lambat. e) Tata niaga gula semut yang belum mencerminkan keadilan, karena proporsi penghasilan masih dinikmati oleh para pedagang dan eksportir.		
--	--	--

Gula Semut/Kristal

Industri gula semut banyak dilakukan di Kecamatan Girimulyo, dimana industrinya ada yang berskala mikro dan ada pula yang berskala kecil. Selain di Kecamatan Girimulyo, gula semut juga dibuat di wilayah kecamatan lain namun jumlahnya tidak terlalu besar. Jadi dapat dikatakan bahwa Kecamatan Girimulyo merupakan sentra industri gula semut di Kabupaten Kulonprogo. Produk gula semut ini sudah diekspor khususnya ke pasar Eropa dan Amerika.

Tabel 4.6.
Nilai Ekspor Produk
di Kabupaten Kulonprogo pada tahun 2011 (dalam US\$)

NO	PRODUK	NILAI EKSPOR
1	Kerajinan Agel (Serat Alam)	1,852,853
2	Briket Arang Batok Kelapa	1,162,934
3	Industri Wig	1,124,925
4	Gula Semut/Kristal	173,174
5	Kerajinan Kayu (mebel)	200,816
6	The Hijau/Hitam	56,468

Sumber: Kabupaten Kulonprogo dalam Angka Tahun 2019

Sebagai catatan, industri briket arang dan industri wig di Kulonprogo dilakukan oleh industri berskala menengah dan bukan industri rumah tangga. Jumlah karyawan

pada industri briket arang batok kelapa sekitar 200 orang dengan 2 lokasi pabrik. Sedang industri wig yang berada di Kecamatan Wates tenaga kerjanya sekitar 2.000 orang dan tidak seluruhnya penduduk Kulonprogo.

Inovasi

Tahun 2012 telah dilaksanakan beberapa inovasi kegiatan dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas Koperasi dan UMKM khususnya menghadapi dinamika perekonomian global saat ini baik itu menggunakan dana APBD, kerjasama dengan Kementerian Koperasi dan UKM maupun pihak ketiga lainnya yaitu;

- 1) Pelaksanaan Pasar Rakyat dengan 2 kegiatan yaitu **pertama** Penyelenggaraan Pasar Rakyat dana dari Kementerian Koperasi dan UKM RI dalam bentuk pemberian 1.250 Paket sembako bagi keluarga miskin/ tidak mampu senilai Rp 60.000,-per paket dengan subsidi Rp 45.000,-. Sasaran kegiatan, yaitu: Kokap: 250 paket, Temon: 250 paket (kecuali Temon Wetan, karena sudah dapat dari Bank Pasar), Kecamatan Galur: 100 paket dan 130 paket dari PT JMI, Panjatan : 100 paket dan 130 paket dari PT JMI, Nanggulan: 200 paket dan 80 paket dari PD SAK, Girimulyo: 175 Paket dan Sentolo: 175 Paket. **Kedua**, Pasar Rakyat dana dari Satker Provinsi DIY Jumlah Paket : 300 dengan nilai tiap paket Rp 40.000,- memperoleh subsidi Rp 25.000,-, dialokasikan untuk Kecamatan *Lendah*.
- 2) Fasilitasi Pemberian Sertifikat HKI untuk UMKM salah satunya bagi Batik Gebleg Renteng yang mendapatkan Sertifikat Hak Cipta Seni Motif dan dalam proses pengajuan Hak Desain Industri selain itu juga ditindaklanjuti dengan dikeluarkannya Surat Edaran Bupati No. 025/2171 tanggal 2 Juli 2012 Tentang Penggunaan Pakaian Batik Motif Gebleg Renteng.
- 3) Pengembangan produk unggulan melalui pendekatan One Village One product (OVOP) melalui KSU Jatirogo, bantuan dari Kementerian Koperasi dan UKM RI sebesar Rp. 100.000.000,
- 4) Pengelolaan Produk Unggulan gula semut dengan pembangunan gudang untuk gula semut kerjasama dengan Bank Indonesia dan KSU Jatirogo,

Sentolo. Dengan dana sebesar Rp. 295.300.000 dari Bank Indonesia Cabang Yogyakarta.

- 5) Diklat dan Praktek pengolahan Limbah Batik untuk 30 anggota Koperasi Perajin Batik dengan dana sebesar Rp. 30.000.000,- dari Bank Indonesia cabang Yogyakarta.
- 6) Diklat Peningkatan Kompetensi Teknis untuk anggota KSU Jatirogo, Sentolo dengan dana sebesar Rp. 30.000.000,- dari Bank Indonesia Cabang Yogyakarta.
- 7) Penataan PKL sekitar pasar Bendungan, Wates dalam bentuk Pengadaan Sarana Prasarana Pedagang Kaki Lima (PKL) berupa gerobak, kompor, tenda, kursi dan meja untuk 20 PKL dengan dana APBD Kabupaten sebesar Rp. 150.000.000,-.
- 8) Pengembangan UKM *Mart* oleh Koperasi melalui realisasi pendirian UKM *Mart* Koperasi Pegawai republik indonesia (KPRI) "Mekar" Dinas Pendidikan dengan dana Rp. 65.000.000,- dari kementerian Koperasi dan UKM RI.
- 9) Pendampingan optimalisasi Pengelolaan minyak Atsiri untuk Koperasi Tunas Maju Samigaluh, dengan bantuan dari kementerian Koperasi dan UKM RI sebesar Rp. 250.000.000
- 10) Fasilitasi Pemberian Sertifikat tanah bagi 100 UMKM dengan dana APBN sebesar Rp. 30.000.000,-.

Proses Perencanaan Pembangunan

Proses perencanaan yang dilakukan atas program dan kegiatan urusan ini melalui mekanisme termuat dalam RPJMD Tahun 2006-2011. Selanjutnya melalui proses Forum SKPD usulan program dan kegiatan dibahas forum dan disepakati menjadi bagian kegiatan dalam Renja SKPD, selanjutnya dibahas melalui Musrenbang Kabupaten menghasilkan RKPD Tahun 2012. RKPD digunakan sebagai dasar penyusunan KUA dan PPA yang dalam prosesnya mendapatkan masukan dan kesepakatan dari DPRD. Hasil KUA dan PPA menjadi dasar penyusunan RAPBD. DPRD dengan hak budgetnya bersama eksekutif membahas RAPBD dan kemudian

menetapkannya menjadi APBD. Selanjutnya disusun RKA SKPD untuk penjabaran pelaksanaan kegiatan.

Permasalahan dan Solusi

Permasalahan

- 1) Adanya keterbatasan SDM, terutama dari segi kualitas berpengaruh besar pada tingkat profesionalisme manajemen koperasi.
- 2) Distribusi produk atau komoditi unggulan daerah seperti bidang perkebunan, kehutanan dan pertanian (bidang agribisnis) yang dikelola oleh koperasi masih sangat terbatas.
- 3) Wawasan kewirausahaan yang dimiliki masyarakat khususnya terkait dengan *entrepreneur mentality* yang masih kurang
- 4) Banyak LKM atau Kelompok Pra Koperasi yang belum mengajukan Badan Hukum
- 5) Kurangnya kemampuan UMKM untuk meningkatkan akses, pangsa pasar, menjalin kemitraan, mengembangkan jaringan usaha, penguasaan dan pemanfaatan teknologi serta pengembangan manajemen

Solusi

- 1) Pengembangan UMKM oleh Dinas Koperasi dan UMKM dilakukan melalui pengembangan di bidang : produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, desain dan teknologi dengan menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM dalam aspek : pendanaan, sarana prasarana, informasi usaha, perijinan usaha, kemitraan, kesempatan berusaha, promosi dagang dan dukungan kelembagaan.
- 2) Pembinaan yang berkesinambungan dan bersinergi telah dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM dalam rangka mengurangi permasalahan yang dihadapi oleh Koperasi, antara lain dengan pelaksanaan program yang terarah dan tepat sasaran dengan implementasi kegiatan-kegiatan yang terfokus. Di bidang organisasi, manajemen, usaha dan keuangan Koperasi, serta pelayanan badan hukum Koperasi.
- 3) Perlu Diklat Kewirausahaan yang komprehensif berkelanjutan.

Sosialisasi terhadap LKM maupun Kelompok Pra Koperasi yang belum berbadan hukum untuk segera beralih menjadi Koperasi sesuai dengan salah satu Keputusan Bersama Menteri Keuangan, Menteri Dalam Negeri, Menteri Negara Koperasi dan UKM serta Gubernur Bank Indonesia Nomor: 351.1/KMK.010/2009, Nomor 900-639A tahun 2009, Nomor 01/SKB/M.KUKM/IX/2009 dan Nomor 11/43A/KEP.GB/2009 tentang Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro.

Secara implementatif, pengembangan produk unggulan daerah dilakukan dengan cara membandingkan kondisi saat ini (kualitas produk unggulan gula semut) dengan kondisi akhir (produk gula semut kualitas ekspor). Selanjutnya diidentifikasi permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan produk unggulan daerah. Langkah selanjutnya yaitu menentukan bentuk intervensi yang diperlukan untuk mengembangkan produk unggulan daerah sehingga mencapai standar kualitas yang menjadi sasaran akhir. Permasalahan-permasalahan yang ditemukan dalam pengembangan produk unggulan daerah tersebut dikelompokkan menjadi lima kelompok. Lima kelompok tersebut juga sekaligus bisa menjadi pengelompokan intervensi pengembangan. Kelima kelompok permasalahan tersebut, yaitu kewirausahaan, infrastruktur, teknologi, dukungan pemerintah, dan kolaborasi.

Permasalahan pada tahap input berhubungan dengan suplai bahan baku dan bahan bakar. Permasalahan-permasalahan yang teridentifikasi pada tahap input adalah sebagai berikut:

1. Budidaya kelapa cenderung dilakukan sebatas sebagai peneduh atau penanda batas lahan, belum dilakukan secara intensif. Hal ini terlihat dari populasi pohon kelapa yang masih rendah, yaitu rata-rata 2 batang per hektar lahan.
2. Budi daya kelapa yang dilakukan secara tumpangsari berpotensi mengganggu sistem budidaya kelapa secara organik.
3. Kualitas nira yang dihasilkan sangat bergantung pada cuaca. Kualitas nira yang dapat diolah menjadi gula kelapa kristal adalah nira dengan pH netral. Beberapa perlakuan untuk memperbaiki derajat keasaman adalah dengan pemberian air kapur atau sodium bisulfit kedalam tabung penampung nira. Akan tetapi dampak

perlakuan tersebut terhadap kualitas nira maupun produk gula kelapa kristal secara keseluruhan masih harus diteliti.

4. Nira harus secepatnya diolah menjadi gula kelapa kristal. Dalam waktu maksimal dua jam setelah diambil dari pohon kelapa, nira harus sudah diproses. Hal tersebut sangat membatasi pengembangan kawasan industri gula kelapa kristal, karena harus memperhitungkan jarak dengan kebun kelapa.
5. Metode penyadapan nira yang sekarang digunakan sangat tidak praktis, disamping penghasilan penyadap yang sangat rendah mengakibatkan minat terhadap pekerjaan sebagai penyadap sangat rendah.
6. Sebagian besar perajin gula kelapa kristal menggunakan kayu sebagai bahan bakar utama untuk mengolah nira menjadi gula kelapa kristal. Sementara itu, pemakaian LPG sebagai bahan bakar masih tidak ekonomis. Dengan demikian, harus dikembangkan proses produksi yang lebih ramah lingkungan untuk mengatasi kemungkinan kerusakan lingkungan akibat eksploitasi kayu bakar yang berlebihan.

Permasalahan pada tahap proses adalah permasalahan yang berkenaan dengan produksi dan pengembangan produk turunan. Sedangkan permasalahan-permasalahan yang bisa diidentifikasi pada tahap proses adalah sebagai berikut:

1. Teknologi yang digunakan dalam proses produksi masih sederhana. Teknologi tepat guna dengan harga yang terjangkau masih harus dikembangkan.
2. Proses produksi mayoritas dikerjakan oleh tenaga manusia sehingga menghasilkan gula kelapa kristal dengan kualitas yang amat bervariasi. Oleh karena itu, perlu dikembangkan standarisasi proses produksi dan pengendalian mutu.
3. Kemampuan kewirausahaan dan manajerial para perajin gula kelapa kristal relatif masih rendah. Hal ini mengakibatkan nilai tambah yang terjadi pada proses produksi gula kelapa kristal tidak dapat dinikmati oleh para perajin secara maksimal.

4. Kemampuan para perajin, khususnya dalam hal kreativitas dan inovasi harus ditingkatkan agar mampu mengembangkan produk turunan demi kelangsungan usaha dan loyalitas pasar.
5. Kapasitas produksi yang belum mampu menyerap produksi bahan baku secara maksimal. Dengan demikian, kapasitas produksi para perajin perlu ditingkatkan. Atau dapat juga dilakukan pengembangan usaha baru dalam pengolahan gula semut.

Permasalahan pada tahap output berhubungan dengan distribusi dan pemasaran produk.

Permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi pada tahap ini meliputi:

1. Infrastruktur jalan yang mendukung distribusi produk dari para perajin menuju pedagang pengepul dan eksportir sebagian masih belum memadai.
2. Industri kerajinan gula kelapa kristal berpusat di daerah pegunungan atau pegunungan, sehingga akses telekomunikasi perlu ditingkatkan. Hal ini disebabkan karena sebagian daerah tersebut merupakan area *blank spot*.
3. Upaya pemasaran ekspor dilakukan secara mandiri oleh eksportir. Oleh karena itu, pengembangan pemasaran perlu didukung oleh pemerintah, melalui upaya promosi dan pembentukan jaringan pemasaran khususnya jalur ekspor.
4. Proses sertifikasi usaha dan standarisasi produk (SNI) memerlukan biaya dan waktu yang belum mampu dijangkau oleh sebagian besar perajin dan pembudidaya kelapa. Dukungan pemerintah, baik berupa kebijakan maupun fasilitas dalam proses sertifikasi usaha dan standarisasi produk melalui SNI sangat diperlukan.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang teridentifikasi di atas strategi dan langkah pengembangan produk unggulan gula semut dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengujian secara laboratoris terhadap produk gula semut dari para perajin.
2. Jika kualitas produk hasil pengujian tersebut masih belum sesuai dengan standar yang ditetapkan, dilakukan pengembangan prosedur produksi sehingga menghasilkan produk dengan kualitas yang sesuai standar. Prosedur yang

menghasilkan produk dengan kualitas sesuai standar ditetapkan sebagai prosedur produksi standar.

3. Pengembangan metode perolehan dan distribusi bahan baku dan bahan bakar dengan teknologi yang praktis dan dengan harga yang terjangkau oleh para perajin.
4. Pengembangan teknologi pengujian kualitas bahan baku dengan metode yang praktis dan murah.
5. Budidaya kelapa dikembangkan sebagai industri pemasok bahan baku gula kelapa kristal dengan pengelolaan dan manajemen usaha secara modern dengan mengaplikasikan pengembangan budidaya secara organik.
6. Pengembangan teknologi pendistribusian bahan baku dari kawasan pengembangan budidaya kelapa menuju kawasan industri gula kelapa kristal.
7. Pengembangan pusat informasi gula kelapa kristal, yang berfungsi sebagai jembatan informasi tentang hal-hal yang berhubungan dengan gula kelapa kristal. Pusat informasi ini juga mengembangkan pelatihan kewirausahaan bagi para perajin gula kelapa kristal.
8. Fasilitasi pengembangan usaha industri gula kelapa kristal, pengurusan sertifikasi usaha dan standarisasi produk.

4.5. Rencana Aksi Pengembangan Pengembangan Produk Unggulan Daerah Pengolahan Gula Kelapa Kristal Kabupaten Kulon Progo

4.5.1. Pokok Pokok Rencana Aksi Jangka Menengah Tahun 2021– 2025

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
A	PENGUATAN KELEMBAGAAN									
1	Melengkapi legalitas dan membentuk Forum Pengembangan Ekonomi Daerah Pelaksanaan PUD									
1.1	Menetapkan Peraturan Bupati / Keputusan Bupati Kulon Progo tentang Penetapan PUD Kabupaten Kulon Progo	Adanya Peraturan Bupati/ Keputusan Bupati Kulon Progo tentang Penetapan PUD Kabupaten Kulon Progo	Sekretaris Daerah	Bappeda, Bagian Hukum, Bagian Perekonomian, Disperindag ESDM		X				
1.2	Mensosialisasikan pengembangan PUD Kabupaten Kulon Progo	Tersosialisasinya PUD Kabupaten Kulon Progo pada seluruh pemangku kepentingan sebanyak 5 (lima) kali	Disperindag	Bappeda, Dinas Perhubungan dan Kominfo, Dinas Pertanian Kehutanan, Kantor Ketahanan Pangan		X				

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
1.3	Mencantumkan program PUD dalam Rencana Kerja Tahunan RKPD	Tercantumnya PUD Kab.Kulon Progo dalam RKPD setiap Dinas Terkait	Sekretaris Daerah	Bappeda, Disperindag, Dinas Pertanian dan Kehutanan, Dinas Pariwisata, Kantor Ketahanan Pangan		x	x	x	x	x
1.4	Membentuk Forum Pengembangan Ekonomi Daerah Kabupaten Kulon Progo	Kepengurusan Forum Pengembangan Ekonomi Daerah Kabupaten Kulon Progo dengan Surat Keputusan Bupati Kulon Progo	Sekretaris Daerah	Bappeda, Disperindag, Dinas Pertanian dan Kehutanan		x				
1.5	Membangun kerjasama dengan lembaga-lembaga standardisasi (BP POM, MUI, Kemenkumham, BPPT)	Terjalannya kerjasama dengan lembaga-lembaga standardisasi produk	Pemerintah Kabupaten Kulon Progo	Bappeda, Disperindagkop DIY, Dinas Kesehatan, BP POM DIY	Kemenkum dan HAM, MUI, Baristan		X	X	X	X
1.6	Evaluasi dan monitoring	Terselenggara pertemuan antara	Disperindag	Bappeda, Dinas Pertanian dan	Kemenperin	x	x	x	x	x

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
		stakeholder 1 kali per 6 bulan		Kehutanan						
2	Fasilitasi akses penguatan kelompok pengolah gula kristal dan turunannya									
2.1	Pembinaan peningkatan kemampuan kelompok	Meningkatnya jumlah kelompok industri gula kelapa kristal dan turunannya yang mengacu pada prinsip-prinsip organisasi (30%)	Disperindag ESDM	Bappeda, Dinas Koperasi dan UMKM, KUB	Deputi bidang Kelembagaan Koperasi dan UKM	X	X	X	X	X
2.2	Pelatihan manajemen kelompok pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya	Meningkatnya kemampuan kelompok dalam mengelola usaha (40%)	Disperindag ESDM	Bappeda, Perguruan tinggi, Dinas Koperasi dan UMKM,	Kementerian Perindustrian dan Kementerian Koperasi dan UKM	X	X	X	X	X

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
2.3	Fasilitasi pemodalan	Terjalinnnya kerjasama kemitraan dengan lembaga keuangan. (6 lembaga keuangan)	Disperindag ESDM, Dinas Koperasi dan UMKM, Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu	Pemerintah Kabupaten Kulon Progo Lembaga keuangan bank dan non bank	Kementrian Dalam Negeri, KemenPerin, Kementrian Koperasi dan KUKM, BUMN	x	X	x	X	x
B	PENINGKATAN KEMAMPUAN SDM									
1	Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya									
1.1	Pelatihan kewirausahaan	Terselenggaranya pelatihan kewirausahaan Gula kelapa kristal dan turunannya sebanyak 250 IKM	Disperindag	BAPPEDA, Dinas Pertanian dan Kehutanan, Kantor Ketahanan Pangan	Ditjen IKM Kemenperin Perguruan Tinggi	X	X	X	X	X
1.2	Pelatihan pemasaran	Terselenggaranya pelatihan Gula kelapa kristal dan turunannya sebanyak 250 IKM	Disperindag	BAPPEDA, Dinas Pertanian dan Kehutanan, Kantor Ketahanan Pangan	Ditjen IKM Kemenperin Perguruan Tinggi	X	X	X	X	X

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
1.3	Pelatihan produksi olahan gula kelapa kristal dan turunannya	Terselenggaranya pelatihan Gula kelapa kristal dan turunannya sebanyak 250 IKM	Disperindag	BAPPEDA, Dinas Pertanian dan Kehutanan, Kantor Ketahanan Pangan	Ditjen IKM Kemenperin Perguruan Tinggi	X	X	X	X	X
2	Meningkatkan kemampuan manajemen usaha									
2.1	Pelatihan bisnisplan	Terselenggara pelatihan bisnisplan bagi pelaku usaha (250 IKM)	Disperindag	Bappeda, Dinas Koperasi dan UMKM, KUB, pelaku usaha, Dinas Perindagkop DIY	Deputi bid. Pengembangan SDM Kemen KUKM	X	X	X	X	X
2.2	Penerapan GKM	Meningkatnya mutu produk gula kelapa kristal dan turunannya (25 gugus)	Disperindag	Disperindagkop dan UKM DIY	Kementerian Perindustrian	X	X	X	X	X
2.3	Fasilitasi bantuan peralatan produksi olahan gula kelapa	Pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya	Disperindag	Disperindagkop dan UKM DIY	Kementerian Perindustrian	X	X	X	X	X

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
	kristal dan turunannya	menggunakan peralatan teknologi tepat guna (100 paket)								
C	MEMBANGUN KERJASAMA KEMITRAAN									
1	Membangun jejaring usaha									
1.1	Membangun kerjasama ketersediaan bahan baku	Terbentuknya kerjasama tersedianya bahan baku dengan pemkab daerah lain dan dunia usaha (10 kerja sama)	Dinas Perindag & Esdm	Bappeda, MPIG Gula Kelapa Kulon Progo	Kementerian Perindustrian Kementerian Dalam Negeri	x	x	x	X	X
1.2	Menyelenggarakan kegiatan temu usaha dan workshop	Terjalinnya kerjasama usaha antara pelaku usaha gula kelapa kristal dan turunannya dengan dunia usaha	Dinas Perindag	Bappeda, MPIG Gula Kelapa Kulon Progo			X	X	X	X
2	Melakukan perluasan pasar									
2.1	Mengikutsertakan produk olahan gula kelapa kristal dalam pameran penting di dalam negeri	Ikut serta dalam pameran di tingkat Propinsi dan Nasional	Dinas Perindag & ESDM; Dinas Koperasi dan	Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan	Ditjen IKM Kemenperin; Deputi bid.		X	x	x	x

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
		minimal 4 kali dalam setahun	UMKM	Koperasi DIY MPIG Gula Kelapa Kulon Progo	Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian KUKM					
2.2	Mempromosikan dan kerjasama pemasaran produk gula kelapa kristal dan turunannya dengan jasa boga/makanan olahan/farmasi	Produk gula kelapa kristal dan turunannya Kabupaten Kulon Progo selalu ada dalam moment dan gerai/outlet jasa boga/makanan olahan/ farmasi	Dinas Perindag dan ESDM	Asosiasi jasa boga/asosiasi hotel dan restoran kab Kulon Progo. MPIG, Dinas Perindagkop DIY, Kadin	Ditjen IKM Kemenperin; Deputi bid. Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian KUKM		x	x	x	x
2.3	Menyusun profil (booklet, leaflet) industri gula kelapa kristal dan turunannya	Tersedia profil (booklet, leaflet) industri gula kelapa kristal dan turunannya	Dinas Perindag dan ESDM	MPIG Gula Kelapa Kulon Progo, Bappeda Kulon Progo	Ditjen IKM Kemenperin; Deputi bid. Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian KUKM		X	x	x	x

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
2.4	Membuat dan mengelola website produk gula kelapa kristal dan turunannya	Tersedia Website produk gula kelapa kristal dan turunannya yang <i>up to date</i>	Disperindag dan ESDM	MPIG, Dinas Perindagkop DIY, Dinas Perhubungan dan Kominfo	Ditjen PFI Kemenperin; Deputi bid. Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian KUKM		x	x	x	x
D	PENGUATAN DAN PENINGKATAN TEKNOLOGI PRODUKSI, SARANA DAN PRASARANA									
1	Melakukan rekayasa genetik untuk memperoleh tanaman kelapa varietas unggul	Diperolehnya tanaman kelapa varietas unggul yang mampu menghasilkan nira yang berkualitas sesuai standar baku mutu	Dinas Pertanian dan Kehutanan	Kelompok Tani	BPPT; Balai Besar Industri Agro Kemenperin			X	X	X
2	Memfaatkan teknologi tepat guna dalam penyediaan bahan baku nira siap produksi	Ditemukannya teknologi tepat guna dalam penyediaan bahan baku nira siap produksi	BPTTG Dinas Perindagkop dan UKM DIY	Dinas Pertanian dan Kehutanan; Dinas Perindag & ESDM	BPPT		X	X	X	X

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
3	Mekanisasi dan pengembangan teknologi produksi gula kelapa kristal dan turunannya	Tersedianya peralatan produksi yang mampu menghasilkan produk gula kelapa kristal dan turunannya yang memenuhi permintaan pasar	BPTTG Dinas Perindagkop dan UKM DIY	UPT; dunia usaha; perguruan tinggi	BPPT; Kemenperin		X	X	X	X
4	Pengembangan produk berbasis gula kelapa kristal	Ditemukannya beragam varian makanan, minuman, jamu berbasis gula kelapa kristal	Dinas Perindag dan ESDM	Perguruan tinggi	Balai Besar Industri Agro Direktorat Industri Agro Ditjen IKM Kemenperin			X	X	X
5	Inovasi teknologi pengemasan produk gula kelapa kristal dan turunannya	Tersedianya beragam kemasan (desain dan bahan kemasan) produk	Dinas Perindag dan ESDM	Perguruan Tinggi; industri pengemasan;	Balai Litbang Kemenperin		X	X	X	X

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
		gula kelapa kristal dan turunannya yang <i>marketable</i>			n					
6	Memberikan fasilitas TI bagi pusat-pusat pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya	Tersedianya akses informasi berbasis TI di pusat-pusat pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya	Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informasi	Dinas Perindag dan ESDM; Dinas Kominfo DIY	Kementeria n Komunikasi dan Informatika			X	X	X
7	Membangun showroom untuk pemasaran produk olahan gula kelapa kristal dan produk unggulan Kabupaten Kulon Progo	Terbangun showroom di titik titik strategis di kabupaten Kulon Progo	Bappeda	Dinas Pekerjaan Umum, Dinas Perindag dan ESDM			X			
8	Memperbaiki dan membangun infrastruktur jalan, sumber air dan sumber energi	Tersedianya prasarana jalan dengan kondisi baik, sumber air dan sumber energi yang cukup untuk mendukung industri pengolahan gula	Bappeda, Dinas Pekerjaan Umum, Disperindag dan ESDM, PLN, PDAM	KUB, pelaku usaha	Kementrian PU, Kementrian ESDM, kementrian Perindustria		x	x	x	x

No	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder			2021	2022	2023	2024	2025
			Daerah		Pusat					
			Utama	Tekait						
		kelapa kristal Kab. Kulon Progo			n, PLN Pusat					

4.5.2. Pokok Pokok Rencana Aksi Jangka Panjang Tahun 2021 – 2030

No	Pokok-Pokok Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder	
			Daerah	Pusat
	PENGUATAN KELEMBAGAAN			
1	Melakukan kerjasama pemasaran			
1.1	Melakukan kerjasama dengan Industri jasa boga dan makanan olahan, outlet pemasaran yang ada di kota-kota besar di Indonesia dan negara-negara tujuan ekspor	Dokumen MoU kerjasama pemasaran	Pemerintah Kab. Kulon Progo; Pemda DIY	Kemenperin; Kemenlu; Kemendag; Kemen Parekraf
1.2	Mengikutsertakan produk industri olahan gula kelapa kristal dalam pameran tingkat nasional dan internasional	Keikutsertaan pelaku usaha dalam pameran	Dinas Perindagkop DIY, Bappeda, Dinas Perindag ESDM Kulon Progo, Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu	Kemendag, Kemenlu, Kemenperin, Kemen. Parekraf
2	Membentuk UPT Pengolahan Gula Kelapa Kristal dan Turunannya	Terbentuknya UPT Pengolahan Gula Kelapa Kristal dan Turunannya	Pemerintah Kabupaten Kulon	Kemenperin (Ditjen IKM; Ditjen

No	Pokok-Pokok Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder	
			Daerah	Pusat
			Progo	Agro; Ditjen PPI II)
TEKNOLOGI INOVASI PRODUK				
1	Melakukan kerjasama dengan perguruan tinggi untuk fasilitasi inovasi produk (riset dan pengembangan)	Tersedia inovsi produk indstri olahan gula kelapa kristal dan turunannya dengan kualitas baik dan dikemas sesuai standar	Bappeda, Disperindag ESDM, Disperindagkop DIY, Perguruan Tinggi, BPTTG	Ditjen PPI II, Ditjen IKM Kemenperin; BPPT
2	Memfasilitasi legalitas dan standar kualitas produk gula kelapa kristal dan turunannya	Semua produk gula kelapa kristal dan turunannya memiliki legalitas dan standar mutu produk	Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu, Disperindag ESDM, Dinas Koperasi dan UMKM, Bagian Hukum Setda Kulon Progo, Disperindagkop DIY	Klinik HKI Kemenperin dan Dirjen HKI Kemkumham BPOM Kementerian Kesehatan, MUI
3	Riset dan pengembangan teknologi pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya	Terciptanya teknologi yang mendukung pengembangan produk gula kelapa kristal dan turunannya	Bappeda, Disperindag ESDM; Dinas Pertanian dan Kehutanan; Dinas Perindagkop DIY; Dinas Perkebunan dan Kehutanan DIY; BPTTG	Kemenperin; BPTP; Baristan, BPPT, STTP
PENGEMBANGAN KLASTER INDUSTRI PENGOLAHAN GULA KELAPA KRISTAL DAN TURUNANNYA				

No	Pokok-Pokok Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder	
			Daerah	Pusat
1	Pengembangan kawasan budidaya tanaman kelapa organik	Terwujudnya kawasan budidaya tanaman kelapa organik di Kecamatan Kokap, Girimulyo, Samigaluh, Kalibawang, Nanggulan, Sentolo	Bappeda, Dinas Pertanian dan Kehutanan Kulon Progo; Dinas Perkebunan dan Kehutanan DIY	Kementerian Kehutanan, IPB
2	Pengembangan infrastruktur pendukung pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya	Tersedianya akses transportasi, komunikasi, informasi, energi, air	Pemerintah Kab. Kulon Progo, PLN, PDAM, Dinas PUP dan ESDM DIY	Kementerian PU, Kemenkominfo, Kemenperin, Kemen ESDM, PT Telkom
3	Pengembangan industri pendukung teknologi pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya	- Tersedianya jasa perawatan dan sparepart peralatan pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya	Dinas Perindag dan ESDM, BPMPT, KLH, Dinas PU, Dinas Pertanian dan Kehutanan, BPTTG dunia usaha, bengkel alsintan	Kemenperin, BPPT
		- Tersedianya agen jasa ekspedisi/ pengiriman barang	Dinas Perindag dan ESDM, Dinas PU, BPMPT, Dinas Perhubungan Kominfo, BUMD, dunia usaha, Dinas Perindagkop DIY	Kemendag, dunia usaha

No	Pokok-Pokok Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder	
			Daerah	Pusat
		- Tersedianya fasilitas pengemasan	Dinas Perindag dan ESDM, BPMPT, Dinas Perindagkop DIY, dunia usaha	Kemenperin, Kemendag, dunia usaha, BPPT
		- Tersedianya fasilitas perbankan	Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindagkop DIY, dunia perbankan dan lembaga keuangan	Kementerian Koperasi dan UKM, Dunia perbankan dan lembaga keuangan
4	Pengembangan industri makanan, minuman, dan farmasi	Terciptanya industri makanan, minuman, dan farmasi berbasis gula kelapa kristal	Bappeda, Dinas Perindag dan ESDM, Dinas Kesehatan, Kantor Lingkungan Hidup, BPMPT, BP POM DIY, Dinas Perindagkop DIY, Dinas Kesehatan DIY, BUMD dan dunia usaha	Kemenperin, Kementerian Kesehatan, MUI, dunia usaha
5	Pengembangan klaster industri pengolahan gula kelapa kristal dan	Tersedianya fasilitas wisata pengolahan gula kelapa kristal dan turunannya (hotel, homestay, restoran/	Bappeda, Dinas Perindag dan ESDM, Dinas Budpora,	Kemenperin, Kemen Parekraf, Kemendag, PHRI

No	Pokok-Pokok Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan	Stakeholder	
			Daerah	Pusat
	turunannya sebagai destinasi wisata	warung kuliner, dll)	Dinas PU, BPMPT, PHRI DIY	

4.6 Kota Yogyakarta

Dari hasil perhitungan LQ dan shift share di Kota Yogyakarta, maka beberapa sektor dan sub. sektor unggulan diantaranya adalah sektor perdagangan, hotel, dan restoran, sektor jasa, sektor keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan. Karena penggunaan LQ dan shift share hanya dapat mengungkap sampai dengan sub. Sektor unggulan, maka penentuan sektor unggulan dapat dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dengan SKPD terkait, misalnya Badan Perencanaan Pembangunan Daerah tingkat kabupaten, kota, maupun provinsi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pertanian, dan dinas lain yang terkait.

Untuk Kota Yogyakarta, produk unggulan daerah lebih diarahkan pada produk jasa berupa industri kreatif dan perdagangan terutama yang mendukung sektor pariwisata dan perhotelan.

4.6.1. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif di Kota Yogyakarta

Perkembangan industri kreatif di DIY relatif baik. Perkembangan ini tidak terlepas dari keberadaan DIY yang berpotensi sebagai kota pendidikan, wisata dan budaya. Kesemua potensi DIY tersebut akan mengarah pada mudahnya dalam penciptaan kreativitas usaha. Dalam pengembangan industri kreatif potensi-potensi suatu daerah sebagaimana telah disebutkan menjadi penting karena industri kreatif merupakan industri yang mengandalkan kreativitas. Kreativitas ini merupakan salah satu modal dalam bersaing di pasar nasional dan internasional. Selain kreativitas, industri kreatif juga dituntut untuk mampu melakukan efisiensi usaha baik dalam proses produksi maupun dalam aktivitas pemasaran/distribusi. Untuk itu, perlu dilakukan pencermatan lebih lanjut tentang seperti apa aspek internal dan eksternal industri kreatif di Kota Yogyakarta. Kendala yang masih menghambat pengembangan industri kreatif di Kota Yogyakarta antara lain ketersediaan sumber energi yang memadai, perlunya modal yang relatif besar dalam ekspansi produksi dan pemasaran ke luar negeri, dan sistem *quality control* belum dilakukan secara maksimal.

Tabel 4.7.

Matriks Aspek Internal dan Eksternal Industri Kreatif di Kota Yogyakarta

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Aspek Internal dan Eksternal	a. Didukung oleh kreativitas SDM yang relatif tinggi, b. Pemanfaatan teknologi (informasi) secara optimal, c. Keterkaitan aktivitas	a. Sistem <i>quality control</i> belum maksimal, b. Pemasaran produk ke luar negeri belum optimal, c. Keterbatasan permodalan untuk

	antarindustri relatif baik.	ekspansi usaha.
<p>Peluang (O)</p> <p>a. Diminati oleh konsumen, b. Permintaan selalu ada (domestik dan luar negeri), c. Didukung oleh adanya perguruan tinggi dalam penyediaan SDM yang berkualitas dan sesuai kebutuhan industri.</p>	<p><u>Strategi S-O</u></p> <p>a. Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai permintaan pasar, b. Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, c. Peningkatan kerjasama antara industri kreatif dengan perguruan tinggi di Kota Yogyakarta, d. Peningkatan kerjasama antarindustri kreatif di Kota Yogyakarta.</p>	<p><u>Strategi W-O</u></p> <p>a. Memaksimalkan sistem <i>quality control</i>, b. Aktif mengikuti pameran dagang dan kerjasama perdagangan luar negeri, c. Kerjasama dengan lembaga keuangan, d. Mencari alternatif sumber-sumber pembiayaan usaha.</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>a. Persaingan yang relatif ketat dengan industri sejenis di tingkat nasional dan internasional, b. Harga bahan baku cenderung naik, c. Ketersediaan sumber energi cenderung tidak lancar.</p>	<p><u>Strategi S-T</u></p> <p>a. Meningkatkan kreativitas dan efisiensi baik produksi maupun pemasaran, b. Mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau, c. Tersedianya sumber energi yang memadai dan berkelanjutan termasuk kemungkinan penggunaan sumber energi alternatif.</p>	<p><u>Strategi W-T</u></p> <p>a. Adanya informasi pasar dan pemasaran yang lengkap tentang pasar internasional, b. Mempertahankan pangsa pasar yang telah dikuasai (terutama konsumen yang loyal).</p>

Strategi Agresif (Kekuatan – Peluang)

1. Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai permintaan pasar,
2. Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi,
3. Peningkatan kerjasama antara industri kreatif dengan perguruan tinggi di Kota Yogyakarta,
4. Peningkatan kerjasama antarindustri kreatif di Kota Yogyakarta.

Strategi Turn-Around (Kelemahan – Peluang)

1. Memaksimalkan sistem *quality control*,
2. Aktif mengikuti pameran dagang dan kerjasama perdagangan luar negeri,
3. Kerjasama dengan lembaga keuangan,
4. Mencari alternatif sumber-sumber pembiayaan usaha.

Strategi Diversifikasi (Kekuatan – Ancaman)

1. Meningkatkan kreativitas dan efisiensi baik produksi maupun pemasaran,
2. Mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau,
3. Tersedianya sumber energi yang memadai dan berkelanjutan termasuk kemungkinan penggunaan sumber energi alternatif.

Strategi Defensif (Kelemahan – Ancaman)

1. Adanya informasi pasar dan pemasaran yang lengkap tentang pasar internasional,
2. Mempertahankan pangsa pasar yang telah dikuasai (terutama konsumen yang loyal).

Tabel berikut memberikan informasi tentang faktor-faktor dalam analisis internal dan eksternal bagi produsen di industri kreatif. Faktor-faktor dalam analisis internal dan eksternal di industri kreatif ini tidak berbeda dengan faktor-faktor dalam analisis internal dan eksternal bagi produsen produk unggulan di Kota Yogyakarta. Perbedaannya terletak di nilai persepsi (dalam persen) antara produsen di industri kreatif dengan produsen di produk unggulan. Nilai persepsi dalam setiap faktor dalam analisis internal dan eksternal akan menjadi salah satu rujukan dalam perumusan kebijakan dan program pengembangan industri kreatif dalam kajian ini (perencanaan pengembangan produk unggulan industri daerah Kota Yogyakarta).

Tabel 4.8.
Matriks Aspek Internal dan Eksternal
Produsen di Industri Kreatif di Kota Yogyakarta

Aspek Internal dan Eksternal	<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki motivasi tinggi (43,33%) b. Memiliki modal yang cukup (7,78%) c. Relasi yang luas (14,44%) d. Kualitas produk cukup tinggi (16,67%) e. Harga bersaing (17,78%) 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Minimnya keterampilan/ keahlian yang dikuasai (19,48%) b. Kesulitan mendapatkan tenaga kerja (1,30%) c. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran (22,08%) d. Kurangnya kemampuan ekspansi dalam pemasaran (31,17%) e. Kurangnya kemampuan ekspansi dalam kapasitas produksi (7,79%) f. Tidak memiliki gudang barang yang memadai (11,69%) g. Bahan baku berasal dari luar DIY (3,90%) h. Bahan baku berasal dari impor (negara lain) (2,60%)
<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Adanya pembinaan/ pendampingan dari pemerintah (10,71%) b. Adanya program bantuan permodalan dari pemerintah (16,07%) c. Terbukanya pasar baru (baik domestik maupun ekspor) (26,79%) d. Adanya permintaan yang masih tinggi terhadap produk (46,43%) 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan kerjasama pengembangan usaha antara pemerintah daerah dan produsen dalam bidang IT dan kreasi, b. Mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada (mempertahankan konsumen yang loyal), c. Kebijakan bantuan permodalan dari pemerintah baik pusat maupun daerah, d. Mempertahankan tingkat harga yang kompetitif, e. Ekspansi ke pasar-pasar baru. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kerjasama antara pemerintah daerah, produsen/industri dan perguruan tinggi dalam pendidikan, pelatihan dan pengembangan SDM bidang IT dan kreasi, b. Penyediaan sistem informasi pasar dan pemasaran baik domestik maupun luar negeri, c. Kerjasama antara produsen industri kreatif di DIY dan luar negeri, d. Optimalisasi kreasi bidang seni dan teknologi informasi dan komunikasi, e. Perencanaan ketersediaan sumber energi sebagai bahan baku produksi secara berkelanjutan.
<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Daya beli masyarakat rendah (23,33%) b. Krisis ekonomi (11,11%) c. Harga bahan baku yang tidak stabil (14,44%) d. Persaingan yang ketat (30,00%) e. Belum fokusnya kebijakan industri daerah (7,78%) f. Tidak ada jaminan keberlangsungan usaha (12,22%) g. Faktor keamanan yang kurang mendukung (0,00%) h. Kondisi infrastruktur (seperti jalan raya) (1,11%) 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mempertahankan daya saing harga sesuai kemampuan konsumen (segmen pasar yang dikuasai), b. Merumuskan kebijakan industri sesuai prioritas kebutuhan riil industri, c. Penguatan asosiasi produsen di industri kreatif, d. Perbaikan infrastruktur jalan dan jembatan terutama jalur distribusi barang ke luar negeri. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Metode pemasaran secara langsung melalui berbagai promosi dagang dalam dan luar negeri, b. Penguatan kerjasama internal anggota asosiasi, c. Peningkatan fasilitasi pendampingan SDM di bidang kreasi serta teknologi informasi dan komunikasi, d. Peningkatan fasilitasi pelatihan SDM tentang perdagangan luar negeri bidang industri kreatif.

Sumber: Data primer (diolah)

Analisis Internal

Kekuatan

Faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh produsen di industri kreatif di Kota Yogyakarta dalam aspek kekuatan usaha tidak berbeda dengan produsen produk unggulan. Ada lima faktor penting dalam aspek kekuatan usaha industri kreatif di Kota Yogyakarta, yaitu:

- a. Memiliki motivasi tinggi
- b. Memiliki modal yang cukup
- c. Relasi yang luas
- d. Kualitas produk cukup tinggi
- e. Harga bersaing

Tabel berikut menjelaskan nilai persentase masing-masing faktor dalam aspek kekuatan bagi produsen di industri kreatif. Produsen menempatkan faktor motivasi usaha sebagai faktor utama. Faktor lain yang juga mempunyai peran penting dalam aspek kekuatan usaha adalah harga jual produk di industri kreatif yang cukup kompetitif. Harga yang bersaing (kompetitif) ini diimbangi dengan kualitas produk yang cukup tinggi (bagus).

Tabel 4.9.

Persepsi Aspek Kekuatan Bagi Produsen di Industri Kreatif

No.	Uraian	Persepsi (%)	Prioritas
1	Memiliki motivasi tinggi	43,33	1
2	Memiliki modal yang cukup	7,78	5
3	Relasi yang luas	14,44	4
4	Kualitas produk cukup tinggi	16,67	3
5	Harga bersaing	17,78	2

Sumber: Hasil Kajian PUD DIY.

Produsen di industri kreatif menempatkan faktor relasi yang luas dan memiliki modal yang cukup ke dalam prioritas keempat dan kelima dalam aspek kekuatan usaha karena secara organisasi usaha dan formalitas usaha industri kreatif di Kota Yogyakarta berkembang dan dikembangkan oleh generasi muda yang lebih mengutamakan motivasi, kreativitas dan bakat yang perlu disalurkan ke aktivitas produktif. Ini menjadi wajar jika mereka pula keterbatasan dalam pembentukan relasi dan modal yang cukup dalam pengembangan usaha. Untuk itu, perlu ada perhatian dan intervensi langsung dari pemerintah dan berbagai pihak dalam mendukung dan mendampingi industri kreatif supaya berkembang lebih baik

dibandingkan sekarang. Jika ini dapat terwujud bisa jadi Kota Yogyakarta akan menjadi barometer perkembangan industri kreatif di Indonesia dengan bertumpu pada kreativitas dan kekuatan ekonomi lokal untuk mampu bersaing di tingkat global.

Kelemahan

Menurut produsen di industri kreatif Kota Yogyakarta faktor-faktor yang menjadi bagian dari aspek kelemahan usaha ada delapan faktor. Faktor-faktor ini tidak berbeda dengan faktor-faktor dalam aspek kelemahan untuk produsen produk unggulan. Kedelapan faktor tersebut meliputi:

- a. Minimnya keterampilan/keahlian yang dikuasai
- b. Kesulitan mendapatkan tenaga kerja
- c. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran
- d. Kurangnya kemampuan ekspansi dalam pemasaran
- e. Kurangnya kemampuan ekspansi dalam kapasitas produksi
- f. Tidak memiliki gudang barang yang memadai
- g. Bahan baku berasal dari luar Kota Yogyakarta
- h. Bahan baku berasal dari impor (negara lain)

Dengan mengacu pada faktor-faktor diatas, maka produsen di industri kreatif memberikan penilaian untuk masing-masing faktor. Hasil penilaian produsen di industri kreatif pada faktor-faktor dalam aspek kelemahan dapat dicermati pada Tabel berikut. Berdasarkan tabel ini dapat diketahui bahwa produsen memberikan nilai yang cukup tinggi pada faktor kurangnya kemampuan ekspansi dalam pemasaran (prioritas/urutan pertama) dan minimnya pengetahuan tentang pemasaran (prioritas/urutan kedua). Produsen juga memberikan nilai persepsi pada minimnya keterampilan/keahlian yang dikuasai pada prioritas ketiga. Ketiga faktor tersebut terjadi karena untuk industri kreatif kemampuan dalam hal kreativitas (termasuk kemampuan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses produksi dan distribusi) merupakan faktor yang utama. Kurangnya kemampuan ekspansi dan pengetahuan tentang pemasaran merupakan kendala yang cukup signifikan bagi produsen dan pemerintah daerah dalam pengembangan industri kreatif. Ini berarti kemampuan industri kreatif dalam bersaing di tingkat/pasar yang lebih luas seperti pasar di tingkat nasional dan internasional cukup lemah.

Tabel 4.10.

Persepsi Aspek Kelemahan Bagi Produsen di Industri Kreatif

No.	Uraian	Persepsi (%)	Prioritas
1	Minimnya keterampilan/keahlian yang dikuasai	19,48	3
2	Kesulitan mendapatkan tenaga kerja	1,30	8
3	Minimnya pengetahuan tentang pemasaran	22,08	2
4	Kurangnya kemampuan ekspansi dalam pemasaran	31,17	1
5	Kurangnya kemampuan ekspansi dalam kapasitas produksi	7,79	5
6	Tidak memiliki gudang barang yang memadai	11,69	4
7	Bahan baku berasal dari luar DIY	3,90	6
8	Bahan baku berasal dari impor (negara lain)	2,60	7

Sumber: Hasil Kajian PUD DIY

Analisis Eksternal

Peluang

Berdasarkan persepsi produsen di industri kreatif ada empat faktor yang masuk dalam aspek peluang usaha. Keempat faktor ini sama dengan faktor dalam aspek peluang bagi produsen produk unggulan di Kota Yogyakarta. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Adanya pembinaan/pendampingan dari pemerintah
- b. Adanya program bantuan permodalan dari pemerintah
- c. Terbukanya pasar baru (baik domestik maupun ekspor)
- d. Adanya permintaan yang masih tinggi terhadap produk

Tabel berikut memberikan informasi tentang nilai persentase dan prioritas masing-masing faktor dalam aspek peluang berdasarkan persepsi produsen di industri kreatif. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa faktor adanya permintaan yang masih tinggi terhadap produk industri kreatif merupakan faktor dominan dalam aspek peluang usaha. Faktor kedua yang menjadi aspek peluang usaha di industri kreatif adalah terbukanya pasar baru (baik domestik maupun ekspor). Kedua faktor tersebut perlu dimanfaatkan dengan baik oleh produsen di industri kreatif dan pemerintah daerah di Kota Yogyakarta untuk

mengembangkan industri kreatif yang mampu bersaing di pasar domestik dan global berbasis ekonomi lokal.

Faktor yang berasal dari pemerintah daerah dalam bentuk pembinaan/ pendampingan usaha belum dirasakan oleh produsen di industri kreatif. Ini dimungkinkan karena pemerintah daerah sendiri belum mempunyai gambaran lengkap tentang kondisi riil dan kebutuhan pengembangan industri kreatif di DIY. Dampaknya adalah belum ada kebijakan atau program yang fokus ke industri kreatif.

Tabel 4.11.
Persepsi Aspek Peluang Bagi Produsen di Industri Kreatif

No.	Uraian	Persepsi (%)	Prioritas
1	Adanya pembinaan/ pendampingan dari pemerintah	10,71	4
2	Adanya program bantuan permodalan dari pemerintah	16,07	3
3	Terbukanya pasar baru (baik domestik maupun ekspor)	26,79	2
4	Adanya permintaan yang masih tinggi terhadap produk	46,43	1

Sumber: Hasil Kajian PUD DIY

Ancaman

Berdasarkan hasil survei lapangan ke produsen di industri kreatif dapat diketahui beberapa faktor yang menjadi ancaman pengembangan usaha. Faktor-faktor ini tidak berbeda dengan faktor-faktor dalam aspek ancaman untuk produsen produk unggulan. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Daya beli masyarakat rendah
- b. Krisis ekonomi

- c. Harga bahan baku yang tidak stabil
- d. Persaingan yang ketat
- e. Belum fokusnya kebijakan industri kreatif di daerah
- f. Tidak ada jaminan keberlangsungan usaha
- g. Faktor keamanan yang kurang mendukung
- h. Kondisi infrastruktur (seperti jalan raya)

Tabel 5.5 menunjukkan persepsi produsen di industri kreatif terhadap faktor-faktor dalam aspek ancaman pengembangan usaha. Dari persepsi ini dapat diketahui juga prioritas/urutan faktor-faktor dari yang bernilai persepsi tertinggi sampai yang terendah. Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa faktor persaingan yang ketat menjadi faktor utama ancaman usaha. Lalu faktor kedua dan ketiga masing-masing adalah daya beli masyarakat yang relatif rendah dan harga bahan baku yang tidak stabil. Ketiga faktor utama tersebut sangat mungkin terjadi karena industri kreatif menghadapi persaingan di tingkat lokal, nasional dan global.

Tabel 4.12.

Persepsi Aspek Ancaman Bagi Produsen di Industri Kreatif

No.	Uraian	Persepsi (%)	Prioritas
1	Daya beli masyarakat rendah	23,33	2
2	Krisis ekonomi	11,11	5
3	Harga bahan baku yang tidak stabil	14,44	3
4	Persaingan yang ketat	30,00	1
5	Belum fokusnya kebijakan industri kreatif di daerah	7,78	6
6	Tidak ada jaminan keberlangsungan usaha	12,22	4
7	Faktor keamanan yang kurang mendukung	0,00	8
8	Kondisi infrastruktur (seperti jalan raya)	1,11	7

Sumber: Data primer (diolah)

Strategi

Strategi Agresif (Kekuatan – Peluang)

1. Peningkatan kerjasama pengembangan usaha antara pemerintah daerah dan produsen dalam bidang IT dan kreasi,
2. Mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada (mempertahankan konsumen yang loyal),
3. Kebijakan bantuan permodalan dari pemerintah baik pusat maupun daerah,
4. Mempertahakan tingkat harga yang kompetitif,
5. Ekspansi ke pasar-pasar baru.

Strategi Turn-Around (Kelemahan – Peluang)

1. Kerjasama antara pemerintah daerah, produsen/industri dan perguruan tinggi dalam pendidikan, pelatihan dan pengembangan SDM bidang IT dan kreasi,
2. Penyediaan sistem informasi pasar dan pemasaran baik domestik maupun luar negeri,
3. Kerjasama antara produsen industri kreatif di DIY dan luar negeri,
4. Optimalisasi kreasi bidang seni dan teknologi informasi dan komunikasi,
5. Perencanaan ketersediaan sumber energi sebagai bahan baku produksi secara berkelanjutan.

Strategi Diversifikasi (Kekuatan – Ancaman)

1. Mempertahankan daya saing harga sesuai kemampuan konsumen (segmen pasar yang dikuasai),
2. Merumuskan kebijakan industri sesuai prioritas kebutuhan riil industri,
3. Penguatan asosiasi produsen di industri kreatif,
4. Perbaikan infrastruktur jalan dan jembatan terutama jalur distribusi barang ke luar negeri.

Strategi Defensif (Kelemahan – Ancaman)

1. Metode pemasaran secara langsung melalui berbagai promosi dagang dalam dan luar negeri,
2. Penguatan kerjasama internal anggota asosiasi,
3. Peningkatan fasilitasi pendampingan SDM di bidang kreasi serta teknologi informasi dan komunikasi,
4. Peningkatan fasilitasi pelatihan SDM tentang perdagangan luar negeri bidang industri kreatif.

Arah Pengembangan Industri kreatif

Industri kreatif berdasarkan publikasi Kementerian Perdagangan RI (2008) ada sekitar 14 jenis/klasifikasi, yaitu: **periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, desain fesyen, video-film-fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, Kota Yogyakarta televisi dan radio, riset dan pengembangan.** Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal dalam dokumen kajian ini, maka selama tahun 2010 – 2014 arah pengembangan industri kreatif di Kota Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. **Penyediaan sistem informasi dan basis data industri kreatif DIY,**

2. **Peningkatan kreativitas dan teknologi dalam proses produksi,**
3. **Pengembangan klaster industri kreatif DIY,**
4. **Fasilitasi pembiayaan usaha,**
5. **Fasilitasi pemasaran produk industri kreatif,**
6. **Fasilitasi kerjasama antara pelaku industri kreatif dengan lembaga penelitian dan pengembangan industri.**

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama	Institusi Pendukung
				1	2	3	4	5		
1	Melakukan identifikasi jenis industri kreatif yang dimiliki oleh Kota Yogyakarta dengan menggunakan 14 jenis industri kreatif	Koordinasi program antar SKPD untuk menentukan jenis produk unggulan di Kota Yogyakarta	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan kajian dengan menggunakan pendekatan akademik untuk menentukan jenis produk industri kreatif Kota Yogyakarta Sosialisasi hasil kajian kepada SKPD terkait Koordinasi antar SKPD untuk membuat rencana pengembangan sentra produk unggulan di Kota Yogyakarta Membuat model pengembangan industri kreatif di Kota Yogyakarta 	X	X				Bappeda	Biro Perekonomian Disperindagkoptan
2	Pengembangan industri kreatif fesyen dan animasi dengan melibatkan <i>stakeholder</i>	Menjalin <i>networking</i> dengan pelaku usaha dan <i>stakeholder</i> terkait dengan industri kreatif terutama produk fesyen dan animasi	<ol style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi pusat fesyen kreatif dan perguruan tinggi yang memiliki program studi informatika dan desain grafis Membentuk forum kerjasama dan komunikasi antar <i>stakeholder</i> Mengembangkan produk industri kreatif animasi yang memiliki daya jual dan daya saing di pasar 		X	X			Bappeda Disperindagkoptan	Perguruan tinggi negeri Perguruan tinggi swasta Pusat fesyen

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama	Institusi Pendukung
				1	2	3	4	5		
			4. Mengembangkan produk industri kreatif fesyen yang memiliki daya jual dan daya saing di pasar				X	X		
2	Pengembangan dan Penyediaan sistem informasi dan basis data industri kreatif di Kota Yogyakarta	a. Penyediaan profil industri kreatif Kota Yogyakarta,	1. Kajian penyusunan profil industri kreatif Kota Yogyakarta,	X					Bappeda	Disperindagkoptan
			2. Kajian penyusunan pola produksi dan perdagangan industri kreatif Kota Yogyakarta,	X					Bappeda	Disperindagkoptan
			3. Penyusunan basis data industri kreatif Kota Yogyakarta,	X					Bappeda	Disperindagkoptan BKPM
			4. Penyusunan sistem informasi industri kreatif Kota Yogyakarta.	X					Bappeda	Disperindagkoptan BKPM
		b. Promosi industri kreatif Kota Yogyakarta.	1. Penyusunan website profil industri kreatif	X					Disperindagkoptan	BKPKM

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama	Institusi Pendukung
				1	2	3	4	5		
			Kota Yogyakarta,	X					BKPM	Disperindagkoptan Bappeda
			2. Sosialisasi sistem informasi dan basis data industri kreatif Kota Yogyakarta kepada investor dan importir,	X					Disperindagkoptan Bappeda	BKPM Disperindagkoptan BKPM
			3. Sosialisasi industri kreatif Kota Yogyakarta pada <i>event-event</i> MICE,							
			4. <i>Update</i> basis data industri kreatif secara periodik.							
2	Peningkatan penerapan teknologi (terutama teknologi informasi dan komunikasi) dalam proses produksi	a. Pengembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses produksi,	1. Kajian penyusunan penerapan teknologi informasi dan komunikasi di industri kreatif Kota Yogyakarta,	X					Bappeda	Disperindagkoptan BKPM
			2. Bimbingan teknis penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses produksi,	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM
		b. Bantuan		X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	Bappeda

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama	Institusi Pendukung
				1	2	3	4	5		
		penerapan teknologi dalam proses produksi.	<p>3. Pendampingan penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses produksi.</p> <p>1. Bantuan perbaikan teknologi yang digunakan dalam proses produksi,</p> <p>2. Sosialisasi informasi penerapan teknologi terkini yang efisien dalam proses produksi.</p>	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM
3	Peningkatan kreativitas dalam proses produksi	<p>a. Pendidikan dan pelatihan kreativitas dalam proses produksi,</p> <p>b. Penyusunan profil kreasi produk industri kreatif</p>	<p>1. Pendidikan dan pelatihan kreativitas dalam proses produksi,</p> <p>2. Workshop kreasi produk di industri kreatif,</p> <p>3. Lokakarya kreativitas dan daya saing industri kreatif Kota Yogyakarta.</p>	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM
				X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM
				X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM
				X					Bappeda	Disperindagkoptan

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama	Institusi Pendukung
				1	2	3	4	5		
		sesuai kebutuhan pasar.	1. Kajian penyusunan profil kreasi produk industri kreatif Kota Yogyakarta, 2. Kajian strategi peningkatan kreativitas dalam proses produksi di industri kreatif Kota Yogyakarta	X					Bappeda	Disperindagkoptan
4	Pengembangan sentra industri kreatif Kota Yogyakarta	a. Penyusunan rencana pengembangan sentra industri kreatif Kota Yogyakarta, b. Bimbingan dan pengawasan sentra industri	1. Kajian penyusunan sentra industri kreatif Kota Yogyakarta, 2. Sosialisasi pengembangan sentra industri kreatif Kota Yogyakarta, 3. Kajian strategi pengembangan sentra industri kreatif terpilih. 1. Bimbingan teknis pengembangan sentra industri kreatif Kota Yogyakarta, 2. Pendampingan	X	-	-	-	-	Bappeda	Disperindagkoptan
				X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM
				X	-	-	-	-	Bappeda	Disperindagkoptan
				-	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama	Institusi Pendukung
				1	2	3	4	5		
		kreatif Kota Yogyakarta.	pengelolaan sentra industri kreatif Kota Yogyakarta,	-	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM,Bappeda
			3. Pengawasan langsung perkembangan sentra industri kreatif Kota Yogyakarta,	-	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM
5	Fasilitasi pembiayaan usaha	a. Penyusunan proposal pembiayaan usaha,	1. Bimbingan teknis penyusunan proposal pembiayaan usaha,	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	Bappeda BKPM
			2. Pendampingan penyusunan proposal pembiayaan usaha.	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	Bappeda BKPM
		b. Bantuan kerjasama pembiayaan usaha dengan lembaga keuangan,	1. Fasilitasi kerjasama asosiasi industri kreatif Kota Yogyakarta dan asosiasi/industri lembaga keuangan,	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	Bappeda BKPM
			2. Bantuan teknis kemudahan persyaratan pengajuan pembiayaan usaha.	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	Bappeda BKPM

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama	Institusi Pendukung
				1	2	3	4	5		
		c. Bantuan dana bergulir.	3. Bantuan dana bergulir kepada produsen industri kreatif terpilih	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	Bappeda BKPM
6	Fasilitasi pemasaran produk industri kreatif Kota Yogyakarta	a. Penyusunan strategi pemasaran dan target pasar, b. Bantuan kerjasama pemasaran produk industri kreatif di event-event MICE daerah,	1. Kajian penyusunan strategi pemasaran dan target pasar produk industri kreatif Kota Yogyakarta, 2. Sosialisasi strategi pemasaran dan peluang potensi pasar produk industri kreatif Kota Yogyakarta. 1. Bantuan teknis komunikasi aktif antara produsen industri kreatif dengan eksportir dan importir, 2. Bantuan teknis penyusunan peluang kerjasama antara produsen industri	X - X	- X X	- X X	- X X	- X X	Bappeda Disperindagkoptan Disperindagkoptan	Disperindagkoptan Bappeda BKPM BKPM Bappeda

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama	Institusi Pendukung
				1	2	3	4	5		
		c. Bantuan pemasaran produk industri kreatif di media informasi bisnis daerah.	kreatif dengan pengelola event-event MICE.	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM
			1. Bantuan sosialisasi atau publikasi produk industri kreatif Kota Yogyakarta di website pemerintah daerah,	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM
			2. Bantuan promosi dagang di acara promosi industri dan produk daerah di tingkat nasional,							
			3. Bantuan promosi dagang di acara promosi industri dan produk daerah di tingkat internasional.							
7	Fasilitasi kerjasama antara produsen industri kreatif dengan lembaga penelitian dan pengembangan ekonomi/industri/ bisnis	Bantuan kerjasama antara produsen industri kreatif dengan lembaga penelitian dan pengembangan ekonomi/industri/ bisnis.	1. Bantuan teknis komunikasi aktif antara produsen industri kreatif dengan lembaga penelitian dan pengembangan ekonomi/industri/ bisnis, 2. Bantuan teknis	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM Bappeda

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama	Institusi Pendukung
				1	2	3	4	5		
			penyusunan peluang kerjasama antara produsen industri kreatif dengan lembaga penelitian dan pengembangan ekonomi/industri/ bisnis,	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM Bappeda
			3. Bantuan teknis pengawasan pelaksanaan kerjasama antara produsen industri kreatif dengan lembaga penelitian dan pengembangan ekonomi/industri/ bisnis.	X	X	X	X	X	Disperindagkoptan	BKPM Bappeda

4.7 Kabupaten Sleman

Komoditas yang akan dianalisis secara kualitatif adalah produk/komoditas yang muncul sebagai hasil analisis sebelumnya dan produk/komoditas yang menurut pengamatan dinas/instansi teknis pantas untuk diunggulkan.

Seluruh produk yang secara perhitungan kuantitatif masuk ke dalam kategori unggulan merupakan produk-produk unggulan Kabupaten Sleman. Namun demikian, berdasarkan pada surat dari Direktorat Jenderal Pembangunan Daerah pada tahun 1998 dan 1999 agar lebih fokus dalam melakukan pembinaan untuk ditingkatkan dan dikembangkan ditetapkan 5 (lima) produk unggulan sebagai prioritas untuk di akselerasi. Produk unggulan tersebut antara lain : salak, desa wisata, ubijalar, tembakau rakyat, dan nila.

Kreatifitas UKM di Sleman relatif berkembang dengan baik, banyak produk-produk Sleman baik yang termasuk dalam 5 (lima) produk unggulan di atas maupun produk yang masuk dalam kategori unggulan lainnya, andalan, potensial diolah kembali menjadi produk baru yang bernilai tambah. Industri pengolahan local di Kabupaten Sleman ini tentunya berpotensi memberikan kontribusi bagi peningkatan pendapatan masyarakat.

Berdasarkan hasil perhitungan, analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk Unggulan Kabupaten Sleman yang diprioritaskan yaitu :

- a. Salak
- b. Ubi Jalar
- c. Tembakau Rakyat
- d. Desa Wisata
- e. Nila

2. Produk Unggulan Kabupaten Sleman lainnya yaitu :

- a. Padi
- b. Kacang Panjang
- c. Cabe Rawit
- d. Ketimun
- e. Kangkung
- f. Terung
- g. Kerbau
- h. Candi

- i. Sarung Tangan Sintetis
- j. Gurami
- k. Karper
- l. Grasscarp
- m. Udang Galah

3. Produk Andalan Kabupaten Sleman yaitu :

- a. Jagung
- b. Bawang Merah
- c. Kembang Kol
- d. Jambu Air
- e. Jambu Biji
- f. Mangga
- g. Manggis
- h. Pepaya
- i. Kelapa
- j. Cengkeh
- k. Jambu Mete
- l. Lada
- m. The
- n. Sapi Potong
- o. Mebel Kayu
- p. Kerajinan Kayu
- q. Kerajinan Kulit
- r. Kerajinan Tanah Liat
- s. Kerajinan Rotan
- t. Tawes

4. Produk Potensial Kabupaten Sleman yaitu :

- a. Jamur
- b. Tomat
- c. Buncis
- d. Bayam
- e. Kubis

- f. Alpukat
- g. Duku
- h. Rambutan
- i. Mendong
- j. Tebu Rakyat
- k. Sapi Perah
- l. Kuda
- m. Domba
- n. Ayam Buras
- o. Ayam Ras Petelur
- p. Ayam Ras Pedaging
- q. Itik
- r. Pakaian Jadi
- s. Sarung Tangan Kulit

Untuk mengembangkan salak pondoh dan produk turunannya, maka diperlukan rencana aksi yang melibatkan seluruh *stakeholder* yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung sehingga pengembangannya terjadi secara integratif dan berkelanjutan. Adapun rencana aksi yang akan dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama
				1	2	3	4	5	
1	Melakukan kajian model pengembangan usaha tanaman salak pondoh	Koordinasi program antar SKPD untuk terkait	<p>1 Melakukan penelitian dan kajian dengan menggunakan pendekatan akademik</p> <p>2 Sosialisasi hasil kajian kepada SKPD terkait untuk melakukan koordinasi</p> <p>3 Koordinasi antar SKPD untuk membuat rencana pengembangan salak pondoh dan produk turunannya</p> <p>4 Membuat model pengembangan industri salak pondoh</p>	X	X				<p>1. Bappeda</p> <p>2. Dinas pertanian dan perkebunan</p> <p>3. Dinas perdagangan</p> <p>4. Dinas koperasi dan UKM</p>
2	Program peningkatan produktivitas hasil usaha	Melakukan pelatihan dan penyuluhan secara berkala kepada petani salak pondoh	<p>1. Mengidentifikasi petani dan pengolah produk salak pondoh</p> <p>2. Membentuk forum kerjasama dan komunikasi antar petani salak pondoh</p> <p>3. Mengembangkan produk olahan salak yang memiliki daya jual dan daya saing di pasar</p>	X	X				<p>1. Bappeda</p> <p>2. Dinas pertanian dan perkebunan</p> <p>3. Dinas perdagangan</p> <p>4. Dinas koperasi dan UKM</p>

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama
				1	2	3	4	5	
			<p>4. Mengembangkan alternatif produk yang memiliki daya jual dan daya saing di pasar</p> <p>5. Pengembangan metode tanam dan perawatan perkebunan dengan menggunakan metode intensifikasi</p>	X	X				
						X	X		
3	Membentuk pusat kawasan wisata agro yang menarik bagi masyarakat	<p>Penyediaan profil agro wisata yang menarik dan berdampak luas,</p> <p>Promosi melalui berbagai media.</p>	<p>1. Melakukan penataan kawasan wisata agro dengan melibatkan petani penghasil salak pondoh,</p> <p>2. Menggandeng pihak ketiga, misalnya perusahaan swasta untuk ikut menyediakan fasilitas pendukung,, misalnya ATM, kios, dll.</p> <p>3. Penyusunan website profil kawasan agro wisata</p> <p>4. Melakukan pembenahan dan perbaikan infrastruktur transportasi, komunikasi dan infrastruktur pendukung lainnya</p> <p>5. Melakukan kerjasama dengan biro perjalanan dan agen wisata serta hotel yang ada di Yogyakarta.</p>		X	X	X	X	<p>1. Bappeda</p> <p>2. Dinas pertanian dan perkebunan</p> <p>3. Dinas perdagangan</p> <p>4. Dinas koperasi dan UKM</p> <p>5. PHRI</p> <p>6. Asosiasi perjalanan wisata</p>

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama
				1	2	3	4	5	
					X	X	X	X	
4	Peningkatan penerapan teknologi tepat guna yang memungkinkan untuk mendukung peningkatan produksi	Pengembangan teknologi pengolahan dan produksi Bantuan penerapan teknologi dalam proses produksi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kajian penyusunan penerapan teknologi tepat guna, 2. Bimbingan teknis penerapan teknologi, 3. Pendampingan penerapan teknologi. 4. Bantuan perbaikan teknologi yang digunakan dalam proses produksi, 5. Sosialisasi informasi penerapan teknologi terkini yang efisien dalam proses produksi. 		X	X	-	-	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bappeda 2. Dinas pertanian dan perkebunan 3. Dinas perdagangan 4. Dinas koperasi dan UKM

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama
				1	2	3	4	5	
5	Mendorong dan menjalin peluang ekspor produk salak pondoh ke negara tujuan yang potensial	Menjajaki peluang ekspor ke negara tujuan yang potensial Melakukan standarisasi produk yang disyaratkan untuk ekspor Membentuk kelompok tani yang siap untuk melakukan ekspor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyuluhan kepada petani untuk menghasilkan produk salak pondoh yang berkualitas 2. Melakukan pameran dagang untuk produk salak pondoh dan produk olahan dari salak pondoh, 3. Melakukan standarisasi produk untuk ekspor. 4. Melakukan promosi pemasaran pada berbagai even, 5. Kajian strategi peningkatan untuk produk turunannya 	X	X	X	X	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bappeda 2. Dinas pertanian dan perkebunan 3. Dinas perdagangan 4. Dinas koperasi dan UKM
6	Fasilitasi pemasaran produk industri untuk pasar domestik	Penyusunan strategi pemasaran dan target pasar,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kajian penyusunan strategi pemasaran dan target pasar produk olahan salak pondoh, 			X	X	-	<ol style="list-style-type: none"> 1 Bappeda 2 Dinas pertanian dan perkebunan 3 Dinas perdagangan

No.	Kebijakan	Program	Kegiatan	Tahun					Institusi Utama
				1	2	3	4	5	
	terutama produk olahan dari salak pondoh	Bantuan kerjasama pemasaran produk Bantuan pemasaran produk olahan salak pondoh di media informasi bisnis daerah.	<p>2. Sosialisasi strategi pemasaran dan peluang potensi</p> <p>3. Bantuan teknis komunikasi aktif antara produsen olahan salak pondoh</p> <p>4. Bantuan teknis penyusunan peluang kerjasama antara petani dan warung oleh-oleh khas Yogyakarta.</p> <p>5. Bantuan promosi dagang di acara promosi industri dan produk daerah di tingkat nasional,</p> <p>6. Bantuan promosi dagang di acara promosi industri dan produk daerah di tingkat internasional.</p>			X	X	X	4 Dinas koperasi dan UKM
						X	X	X	
						X	X	X	
						X	X	X	
						X	X	X	

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

1. Dari hasil perhitungan LQ dan shift share di Kabupaten Bantul, maka beberapa sektor dan sub-sektor unggulan diantaranya adalah sektor tanaman bahan makanan, tanaman perkebunan, pertambangan, industri bukan migas, konstruksi, perdagangan besar dan eceran, angkutan jalan raya, dan sektor lembaga keuangan non bank. Karena penggunaan LQ dan shift share hanya dapat mengungkap sampai dengan sub-sektor unggulan, maka penentuan sektor unggulan dapat dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dengan SKPD terkait, dikoordinasi oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah tingkat kabupaten Bantul yang melibatkan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Koperasi dan UMKM, Dinas Pertanian, dan dinas lain yang terkait. Untuk Kabupaten Bantul, produk unggulan daerah lebih diarahkan pada produk industri Batik Tulis.
2. Penilaian potensi investasi kabupaten Gunungkidul didasarkan pada hasil penghitungan Tipologi Klassen dan LQ, serta persepsi dari responden pelaku usaha, asosiasi pengusaha, akademisi, lembaga keuangan, tokoh masyarakat, pejabat kecamatan, dan SKPD. Dengan demikian diharapkan dapat diperoleh kegiatan investasi yang mendekati kenyataan atau kebutuhan investasi. Berdasarkan hasil penghitungan Tipologi Klassen, LQ, dan persepsi para responden maka dapat ditentukan komoditas investasi yang diprioritaskan untuk segera diwujudkan di Kabupaten Gunungkidul. Komoditas unggulannya terdiri dari beberapa komoditas, yaitu Tepung mocaf, Pengolahan daging sapi, Budidaya ikan air tawar, Kerajinan batu alam, Kerajinan bambu, Kerajinan kayu, Rumah wisata (*homestay*), dan Biro perjalanan wisata
3. Dari hasil perhitungan LQ dan shift share di Kabupaten Kulon Progo, tersebut menunjukkan bahwa sub-sektor yang termasuk kategori basis dan non basis dalam jumlah yang berimbang. Sektor yang termasuk kategori basis meliputi tanaman bahan makanan, tanaman perkebunan, peternakan dan hasil-hasilnya, kehutanan, perikanan, pertambangan, industri bukan migas, air bersih, perdagangan besar dan eceran, angkutan jalan raya, jasa penunjang komunikasi, bank, dan jasa pemerintahan

umum. Sedangkan sektor listrik, konstruksi, hotel, restoran, angkutan rel, jasa penunjang angkutan, pos dan telekomunikasi, lembaga keuangan bukan bank, real estat, jasa perusahaan, jasa sosial dan kemasyarakatan, jasa hiburan dan rekreasi, serta jasa perorangan dan rumah tangga termasuk kategori non basis. Untuk Kabupaten Kulon Progo, produk unggulan daerah lebih diarahkan pada produk industri pengolahan gula kristal.

4. Dari hasil perhitungan LQ dan shift share di Kota Yogyakarta, maka beberapa sektor dan sub. sektor unggulan diantaranya adalah sektor perdagangan, hotel, dan restoran, sektor jasa, sektor keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan. Karena penggunaan LQ dan shift share hanya dapat mengungkap sampai dengan sub. Sektor unggulan, maka penentuan sektor unggulan dapat dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dengan SKPD terkait, misalnya Badan Perencanaan Pembangunan Daerah tingkat kabupaten, kota, maupun provinsi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pertanian, dan dinas lain yang terkait. Untuk Kota Yogyakarta, produk unggulan daerah lebih diarahkan pada produk jasa berupa industri kreatif dan perdagangan terutama yang mendukung sektor pariwisata dan perhotelan.
5. Untuk Kabupaten Sleman, komoditas yang akan dianalisis secara kualitatif adalah produk/komoditas yang muncul sebagai hasil analisis sebelumnya dan produk/komoditas yang menurut pengamatan dinas/instansi teknis patas untuk diunggulkan. Seluruh produk yang secara perhitungan kuantitatif masuk ke dalam kategori unggulan merupakan produk-produk unggulan Kabupaten Sleman. Namun demikian, berdasarkan pada surat dari Direktorat Jenderal Pembangunan Daerah pada tahun 1998 dan 1999 agar lebih fokus dalam melakukan pembinaan untuk ditingkatkan dan dikembangkan ditetapkan 5 (lima) produk unggulan sebagai prioritas untuk di akselerasi. Produk unggulan tersebut antara lain : salak, desa wisata, ubijalar, tembakau rakyat, dan nila. Untuk mengembangkan salak pondoh dan produk turunannya, maka diperlukan rencana aksi yang melibatkan seluruh *stakeholder* yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung sehingga pengembangannya terjadi secara integratif dan berkelanjutan.

5.2. Rekomendasi

1. Diperlukan koordinasi dan sosialisasi, baik secara vertikal maupun horizontal berkaitan dengan pengembangan yang bersifat integratif. Koordinasi secara vertikal diperlukan untuk memastikan bahwa kegiatan pembinaan, bantuan, dan fasilitasi yang

akan dilakukan oleh pemerintah provinsi, kementerian, dan lembaga tepat pada sasarannya, yaitu pada sektor, sub sektor, maupun produk yang memiliki keunggulan di daerah. Apabila produk, sektor, maupun sub sektor yang memiliki keunggulan telah dapat diidentifikasi, berarti efek yang akan ditimbulkan sesuai dengan perencanaan yang dilakukan oleh pemerintah daerah sebagai lokus.

2. Pengembangan konsep pemasaran dan promosi dengan melibatkan pemerintah maupun swasta. Produk unggulan daerah yang telah diidentifikasi oleh masing-masing kabupaten dan kota di DI. Yogyakarta tidak akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat sebagai pelaku utama bila tanpa diiringi oleh konsep pemasaran dan promosi yang tepat. Pemerintah daerah, baik tingkat kabupaten maupun provinsi dapat melakukan fasilitasi berupa pendampingan dan bantuan pameran produk unggulan daerah, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
3. Pendampingan dalam hal administratif dan pembukuan untuk mempermudah akses permodalan dari perbankan. Prioritas perencanaan perlu dilakukan untuk mendorong daya saing produk unggulan daerah. Salah satu hal terpenting yang perlu dilakukan untuk mendorong daya saing tersebut selain pemasaran dan promosi adalah melalui pendampingan administratif dan kesiapan dalam mengakses permodalan ke lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank. Dengan mampu mengakses permodalan ke lembaga keuangan melalui administrasi yang tertata, maka produk unggulan daerah tersebut lebih mudah untuk dikembangkan.
4. Peningkatan aspek legalitas, sehingga dapat dikembangkan dalam skala nasional maupun internasional. Aspek legalitas perlu dibuat untuk memastikan produk unggulan daerah tersebut dapat melakukan penetrasi pasar, baik pasar domestik maupun pasar internasional. Sebagian besar karakteristik produk unggulan daerah yang merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) belum memiliki legalitas usaha sehingga masih berorientasi pada pasar lokal yang masih terbatas.
5. Peningkatan standar kualitas produk. Masih belum standarnya kualitas produk unggulan daerah menjadi kendala dalam menembus pasar nasional dan internasional. Produk unggulan daerah merupakan akumulasi dari pelaku usaha yang ada di daerah,

sehingga kualitas dari masing-masing pelaku usaha perlu dilakukan standarisasi dalam kualitasnya.

6. Menjaga Kontinuitas ketersediaan bahan baku. Permasalahan yang terjadi pada produk unggulan daerah adalah masih terbatasnya pasokan bahan baku, baik bahan baku utama maupun bahan baku pendukungnya. Karena produk unggulan daerah merupakan komoditas yang masih tergantung pada alam, maka seringkali pasokan bahan baku menjadi kendala karena adanya unsur ketidakpastian yang tergantung pada musim.

Daftar Pustaka

- Díez-Minguela, A. *et al.* (2020) 'The long-term relationship between economic development and regional inequality: South-West Europe, 1860–2010', *Papers in Regional Science*, 99(3), pp. 479–508. doi: 10.1111/pirs.12489.
- Haupt, A. and Ebner, C. (2020) 'Occupations and Inequality: Theoretical Perspectives and Mechanisms', *Kolner Zeitschrift fur Soziologie und Sozialpsychologie*. doi: 10.1007/s11577-020-00685-0.
- Huang, J. T. and Chang, M. L. (2020) 'The impact of unequal regional distribution of fiscal resources on China's post-reform economic growth', *Development Policy Review*, 38(2), pp. 226–241. doi: 10.1111/dpr.12420.
- Li, H., Wei, Y. D. and Swerts, E. (2020) 'Spatial inequality in the city-regions in the Yangtze River Valley, China', *Urban Studies*, 57(3), pp. 672–689. doi: 10.1177/0042098019898145.
- Madina, M. *et al.* (2020) 'Ketimpangan Pembangunan Ekonomi Regional Di Kalimantan (Pendekatan Shift Share) the Inequality of Regional Economic Development in Kalimantan (Shift Share Approach)', (29), pp. 22–25.
- Nijman, J. and Wei, Y. D. (2020) 'Urban inequalities in the 21st century economy', *Applied Geography*. Elsevier Ltd, 117(February), p. 102188. doi: 10.1016/j.apgeog.2020.102188.
- Quintana, L. *et al.* (2020) 'Regional inequality and labour precariousness: An empirical regional analysis for Brazil, Mexico and Equador', *Regional Science Policy and Practice*, 12(1), pp. 61–81. doi: 10.1111/rsp3.12251.
- Ribeiro, L. C. D. S. *et al.* (2020) 'Regional funding and regional inequalities in the Brazilian Northeast', *Regional Science Policy and Practice*, 12(1), pp. 43–59. doi: 10.1111/rsp3.12230.
- Tamberan, Y. W. *et al.* (2020) 'The allocation of special autonomy funds and their impact on regional economic inequality in Papua Province', *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 473(1). doi: 10.1088/1755-1315/473/1/012031.
- Zhu, S., Yu, C. and He, C. (2020) 'Export structures, income inequality and urban-rural divide in China', *Applied Geography*. Elsevier Ltd, 115(January), p. 102150. doi: 10.1016/j.apgeog.2020.102150.