

Fenomena Kinerja dan Struktur Pasar Industri Kecil dan Menengah Kluster Batik di Kabupaten Klaten

Asri Khayati^a, Adam Rizki Pratama^b, Muhammad Toyib Anas^c

^aUniversitas Tidar, ^bUniversitas Tidar, ^cUniversitas Tidar

✉ asrikhayati@gmail.com, adam.rizkipratama99@gmail.com, toyibanas2000@gmail.com

ABSTRACT. UMKM memiliki peran krusial dalam menjaga stabilitas perekonomian Indonesia sehingga pemerintah harus dapat memaksimalkan kinerja UMKM dengan berbagai kebijakan yang mendukung jalannya UMKM. Kinerja UMKM yang baik akan memberikan pengaruh positif bagi perekonomian Indonesia. Dukungan pemerintah seperti subsidi, pendampingan, dan pemberdayaan pelaku UMKM sangat penting untuk meningkatkan kemampuan UMKM untuk bersaing baik di tingkat regional maupun global. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data sekunder diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Klaten. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif untuk memberikan gambaran tentang fenomena kinerja IKM Gugus Batik di Kabupaten Klaten. Penelitian ini menggunakan Concentration Ratio dan Herfindahl-Hirschman Index untuk mengetahui tingkat konsentrasi pasar terhadap kinerja usaha pada industri kluster batik di Kabupaten Klaten. Kluster IKM Batik Kabupaten Klaten termasuk dalam struktur pasar persaingan sempurna dan pasar monofilik serta pangsa pasar tidak terkonsentrasi pada beberapa perusahaan (competitively marketplace). Oleh karena itu, di kluster IKM Batik Kabupaten Klaten terdapat sejumlah UKM di kluster batik dengan ukuran yang hampir sama.

Keywords: Kinerja; Struktur Pasar; Batik

INTRODUCTION

Pada zaman transisi menuju modernitas, semua hal dipaksa berkembang mengikuti arus teknologi. Tanpa terkecuali industri kecil dan menengah atau UMKM yang notabene sebagai salah satu pemberi kontribusi pendapatan terbesar pada suatu negara. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, UMKM adalah sebuah usaha kecil dengan total aset dan penghasilan tertentu yang yang dikelola oleh individu perorangan atau kelompok kecil. Berdasarkan data yang dipublikasikan di Kementerian Koperasi dan UKM RI, pada tahun 2017 UMKM mampu menguasai sekitar 99,99% atau sekitar 62,9 juta unit usaha dari jumlah seluruh pelaku usaha di Indonesia. Ini merupakan proporsi yang sangat besar jika dilakukan perbandingan dengan usaha besar yang hanya ada sekitar 5.400 unit atau 0,01%. UMKM juga mempunyai daya serap atas tenaga kerja yang lebih banyak daripada kemampuan usaha besar dalam menyerap tenaga kerja, yakni mencapai sebanyak 97,05% tenaga kerja Indonesia diserap oleh UMKM (Haryanti & Hidayah, 2018). Usaha mikro sendiri mampu menyerap sebanyak 89,2% atau sekitar 107,2 juta tenaga kerja, usaha kecil sebanyak 4,74% atau sekitar 5,7 juta tenaga kerja, dan usaha menengah sebanyak 3,11% atau sekitar 3,71 juta tenaga kerja sedangkan usaha besar hanya mampu menyerap sekitar 3,58 juta tenaga kerja. Hal ini dapat berarti bahwa daya serap tenaga kerja Usaha Besar hanya sebesar 3% dari total tenaga kerjayang ada di Indonesia. Selain itu, pada tahun yang sama Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB mampu mencapai sekitar 57,08% (Lokadata, 2019). Berdasarkan hal tersebut, UMKM dapat diartikan sebagai salah satu penyokong perekonomian Indonesia dan penyumbang peluang kerja terbesar di Indonesia. Dengan berbagai kontribusi UMKM tersebut, dapat diketahui bahwa UMKM mempunyai peran yang krusial dalam menjaga stabilitas perekonomian Indonesia. Maka dari itu, diperlukan segala bentuk kerjasama dan upaya pengembangan UMKM agar UMKM mampu bertahan dan tetap bersaing. Dalam hal ini, pemerintah harus mampu memaksimalkan kinerja UMKM dengan berbagai kebijakan yang mendukung jalannya UMKM.

Kinerja adalah segala hasil atas kegiatan dari suatu usaha pencapaian tujuan yang dapat dideterminasi oleh beberapa faktor baik dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal selama periode waktu tertentu (Wicaksono & Nuvriasari, 2012). Sedangkan menurut Widjaja et al. (2018), kinerja merupakan tingkat pencapaian atau prestasi yang dihasilkan oleh suatu usaha atau organisasi yang diukur berdasarkan perbandingan standar tertentu dan dalam kurun periode waktu tertentu. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa kinerja merupakan suatu prestasi yang dihasilkan dari berbagai upaya yang telah dilakukan dan dapat dipengaruhi oleh beragam faktor. Secara umum, setiap UMKM mempunyai tujuan yang sama, yaitu mampu mencapai kinerja yang baik untuk keberlangsungan usahanya. Kinerja UMKM yang baik akan memberikan pengaruh positif terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan kinerja UMKM yang baik dapat mendukung pemerintah dalam mewujudkan perekonomian yang mandiri dan kreatif

Terdapat beberapa faktor yang dapat memberikan dampak terhadap kinerja UMKM, di antaranya faktor internal dan faktor eksternal. Untuk dapat mencapai keberhasilan suatu usaha, pelaku usaha harus mampu memanajemen faktor-faktor tersebut melalui perancangan strategi dan analisis faktor lingkungan. Berdasarkan studi penelitian yang dilakukan oleh Sudiarta et al. (2014), faktor internal mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keberhasilan UMKM dibandingkan dengan faktor eksternal. Berdasarkan penelitiannya, faktor internal yang meliputi berbagai variabel, yaitu variabel kemampuan berwirausaha, pengetahuan keuangan, akses permodalan, rencana bisnis, sumber daya manusia, dan aspek pemasaran mempunyai pengaruh sebesar 50,232%. Sedangkan faktor eksternalnya yang direpresentasikan dengan variabel

dukungan pemerintah, legalitas, akses informasi, jaringan sosial, teknologi, legalitas, dan pembinaan hanya mempunyai pengaruh sebesar 13,630%. Hal ini didukung oleh hasil studi yang dilakukan Subroto et al. (2016) yang mengatakan bahwa faktor sumber daya manusia, produksi, pemasaran, dan keuangan mempunyai pengaruh yang lebih besar jika dilakukan perbandingan dengan faktor lain. Namun, faktor-faktor eksternal tersebut masih tetap harus diperhatikan karena adanya pengaruh faktor eksternal yang baik akan memberikan pengaruh positif terhadap peran faktor internal terhadap kinerja UMKM. Maka dari itu, faktor eksternal tetap mempunyai peran yang signifikan untuk menjadi katalis dalam peningkatan kinerja UMKM.

Perlu dilakukan upaya strategis untuk meningkatkan kinerja UMKM, salah satunya adalah memperkaya pengetahuan dan literasi terkait pengelolaan yang baik. Tingginya kinerja UMKM akan mendukung keberlangsungan UMKM. Berdasarkan Aribawa (2016), pelaku UMKM yang mempunyai tingkat literasi keuangan yang baik akan mampu mencapai visi usahanya karena memiliki pandangan terkait pengembangan usaha dan mampu bertahan saat kondisi ekonomi sedang goyah. Hal ini didukung oleh pendapat Prastika dan Purnomo (2014) yang mengatakan bahwa tingkat literasi keuangan pelaku UMKM akan meningkatkan kemampuan akuntansinya sehingga dalam pelaksanaan usahanya, UMKM mampu menerapkan prinsip-prinsip akuntansi. Dengan hal tersebut, pelaku UMKM mampu menyusun berbagai cara dan upaya yang tepat untuk melakukan pengembangan terhadap bisnisnya. Oleh karena itu, semakin kaya literasi keuangan pelaku UMKM, maka akan semakin baik sistem informasi akuntansinya yang pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya kinerja UMKM.

Kinerja UMKM yang baik akan mendukung kapabilitas UMKM untuk bersaing di pasaran sehingga kinerja UMKM mencerminkan daya saingnya. Dukungan pemerintah dalam meningkatkan kinerja UMKM juga tidak kalah penting. Dukungan pemerintah sangat memberikan pengaruh baik terhadap daya saing UMKM (Khotimah & Budi, 2020). Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarwati dan Rachman (2019) yang mengungkapkan bahwa lingkungan sosial dan ekonomi serta dukungan dari pemerintah dapat memicu pertumbuhan UMKM. Selain itu, dukungan pemerintah juga dapat memicu inovasi bisnis pelaku UMKM, seperti pengemasan produk, perluasan jangkauan pasar, efisiensi biaya produksi dan pemasaran hingga konsep untuk membangun merek dengan pemasaran digital. Hal ini dikarenakan dengan berkembangnya kemampuan dan cara berpikir pelaku UMKM, maka akan mendukung penciptaan terobosan baru. Berdasarkan hal tersebut, dukungan yang nyata dari pemerintah seperti subsidi, pendampingan, dan pemberdayaan terhadap pelaku UMKM sangat penting dilakukan untuk meningkatkan kemampuan UMKM terhadap persaingan baik di tingkat daerah maupun global.

UMKM harus mempunyai kemampuan kreativitas serta penciptaan inovasi bisnis yang menarik terutama UMKM yang bergelut pada bidang industri kreatif. Di Indonesia sendiri banyak sekali UMKM yang bergerak di bidang inovasi dan kreativitas, salah satunya yaitu industri batik. Batik dikatakan sebagai ciri khas pakaian negara Indonesia yang dikenal oleh negara luar. Dalam hal ini, batik Indonesia mempunyai karakteristik yang berbeda-beda di setiap daerahnya dan telah diakui oleh UNESCO sebagai salah satu warisan dunia (Norzistya & Nugroho, 2016). Berdasarkan hal tersebut, dapat diartikan bahwa batik merupakan salah satu devisa negara terbesar karena tidak hanya diminati oleh kalangan lokal saja, melainkan juga ke kancah internasional. Di Indonesia terdapat istilah klaster karena adanya berbagai ragam dan corak batik sehingga masing-masing klaster mempunyai karakteristik corak yang dominan dan menjadi pembeda bagi klaster lain. Perkembangan klaster disesuaikan menurut budaya dan lingkungan serta karakteristik pada setiap klaster di daerah Indonesia. Melihat banyaknya klaster di Indonesia

mengakibatkan persaingan pasar mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap *sustainable* klaster.

Untuk tetap bertahan di pasaran, UMKM harus mampu mengetahui bagaimana struktur pasar yang dimasukinya. Selain itu, pelaku UMKM juga harus mengetahui dengan baik bagaimana tingkat konsentrasi pasar dan persaingan usaha yang dihadapinya agar mampu menyusun dan menciptakan berbagai cara yang tepat untuk rencana usaha ke depannya. Tingginya tingkat persaingan saat ini menuntut UMKM untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan harus mampu memenuhi berbagai permintaan konsumen yang sangat kompleks. Maka dari itu, diperlukan adanya analisis konsentrasi pasar dan persaingan pasar agar UMKM dapat menciptakan strategi yang baik untuk meningkatkan kemampuan daya saing usahanya.

Struktur pasar adalah interpretasi dari penentuan harga pasar dan bentuk persaingan yang sangat bergantung pada karakteristik suatu pasar tersebut. Struktur pasar dapat di analisa sebagai bentuk dari perilaku dan juga kinerja suatu perusahaan dalam suatu pasar tertentu yang memberikan pengaruh dan juga terpengaruh oleh bagian strategis yang relatif permanen dari faktor lingkungan eksternal. Kondisi struktur pasar dapat diidentifikasi dengan berpedoman pada batasan suatu produk dimana produk tersebut mempunyai karakteristik khas dan berbeda dari produk lain yang serupa (*diferensiasi*), kuantitas dan besaran distribusi oleh produsen dan konsumen di pasar (konsentrasi pasar). Menentukan struktur pasar dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan penyusunan strategi karena dengan mengetahui struktur pasar perusahaan dapat mengetahui bagaimana kondisi dan ukuran pasar sehingga perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui terkait bagaimana fenomena kinerja dan struktur pasar pada Industri Kecil dan Menengah Klaster Batik di Kabupaten Klaten.

METHODS

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kuantitatif sehingga dilakukan dengan mengukur data dalam skala numerik kemudian dianalisis secara statistik. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif untuk memberikan gambaran berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dengan prosedur dan standar keilmuan tertentu (Putra, 2018). Pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi sehingga mengacu pada sumber yang tersedia. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Klaten. Populasi yang diteliti dalam studi ini adalah Industri Kecil dan Menengah Klaster Batik di Kabupaten Klaten pada tahun 2017. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik dimana sampel dipilih atas dasar pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan (Aribawa, 2016). Adapun kriteria sampel yang ditetapkan meliputi sebagai berikut.

- a. IKM Klaster Batik yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Klaten pada tahun 2017.
- b. IKM Klaster Batik yang mempunyai data lengkap terkait omset usaha per tahun.
- c. IKM Klaster Batik dengan data yang tersedia di web resmi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Klaten.

Berdasarkan hal tersebut, jumlah sampel dalam studi ini ada sebanyak 114 pelaku IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten. Statistik deskriptif digunakan sebagai teknik analisis data dalam studi penelitian ini. Berdasarkan Hermawan, (2018), statistik deksriptif digunakan ketika penulis hendak melakukan analisis atau menarik kesimpulan terhadap karakteristik sampel yang

diteliti. Dalam penelitian ini, komponen statistik deskriptif yang digunakan meliputi nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi.

Penelitian ini menggunakan *Concentration Ratio* dan *Herfindahl-Hirschman Index* untuk mengetahui tingkat konsentrasi pasar atas kinerja usahanya dalam industri klaster batik di Kabupaten Klaten. *Concentration Ratio* atau CR adalah penjumlahan atas total pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan besar yang ada dalam industri tertentu (Utami, 2012). Menurut Rekarti dan Nurhayati (2016) nilai *Concentration Ratio* dapat direpresentasikan hanya dengan menjumlahkan pangsa pasar dari empat perusahaan besar dalam suatu industri. *Concentration Ratio* dapat dihitung dengan persamaan berikut.

$$CR = MS_1 + MS_2 + MS_3 + MS_4$$

Dari nilai CR tersebut dapat diklasifikasikan struktur pasarnya dengan kriteria berikut.

- CR yang sangat rendah tergolong dalam struktur pasar persaingan sempurna.
- CR berada di bawah dan berkisar 40% tergolong dalam struktur pasar monopolistik.
- $40\% < CR < 90\%$ termasuk dalam struktur pasar oligopoli.
- $90\% < CR > 100\%$ termasuk dalam struktur monopoli.

Berdasarkan Hendra dan Hartomo (2017), *Herfindahl-Hirschman Index* atau HHI adalah hasil penjumlahan atas kuadrat dari masing-masing tingkat konsentrasi tiap usaha yang ada di suatu pasar. HHI dapat direpresentasikan dalam persamaan berikut.

$$HHI = MS_1^2 + MS_2^2 + MS_3^2 + \dots + MS_n^2$$

Menurut Afrianty dan Herawati (2019), nilai HHI tersebut akan menggambarkan kriteria pasarnya dengan ketentuan berdasarkan *US Horizontal Merger Guidelines* sebagai berikut.

- $HHI < 1.500$ adalah industri dengan kriteria *unconcentrated market* (pangsa pasar tidak terkonsentrasi).
- $1.500 < HHI < 2.500$ adalah industri dengan kriteria *moderately concentrated market*.
- $HHI > 2.500$ adalah industri dengan kriteria *highly concentrated market* (pangsa pasar sangat terkonsentrasi).

RESULT AND DISCUSSION

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi kinerja UMKM yang diukur dengan jumlah omset per tahunnya. Nilai minimum menunjukkan jumlah omset terendah dari seluruh Industri Kecil dan Menengah klaster batik di Kabupaten Klaten. Nilai maksimum menunjukkan jumlah omset tertinggi dari sampel penelitian. Nilai rata-rata merepresentasikan rata-rata omset yang diperoleh sampel penelitian. Standar deviasi menunjukkan besarnya fluktuasi data omset Industri Kecil dan Menengah klaster batik di Kabupaten Klaten. Kondisi kinerja Industri Kecil dan Menengah klaster batik di Kabupaten Klaten dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Statistika Deskriptif Kinerja IKM Klaster Batik Kabupaten Klaten

	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Nilai Rata-Rata	Standar Deviasi
Omset/Tahun (Rp)	2.700.000	2.400.000.000	163.263.157,9	248.637.818,2

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 1. nilai minimum omset per tahun IKM klaster batik di Kabupaten Klaten sebesar Rp2.700.000,00. Hal ini berarti bahwa dari 114

UMKM yang terdaftar di Dinas perindustrian dan perdagangan Kabupaten Klaten jumlah omset per tahun terendah adalah sebesar Rp2.700.000,00. Nilai maksimum omset per tahun IKM klaster batik di Kabupaten Klaten adalah Rp2.400.000.000,00. Berdasarkan nilai maksimum tersebut, dapat diklasifikasikan bahwa IKM Klaster Batik yang mempunyai omset terbesar ini tergolong sebagai usaha kecil karena total omsetnya tidak melebihi Rp2,4 miliar. Nilai rata-rata omset per tahun IKM klaster batik di Kabupaten Klaten adalah Rp163.263.157,90. Apabila dilihat dari nilai rata-rata omsetnya, rata-rata IKM Klaster Batik yang terdaftar di Dinas perindustrian dan perdagangan Kabupaten Klaten adalah usaha mikro karena rata-rata nilai omsetnya tidak lebih dari 300 juta rupiah. Namun, nilai tersebut sudah tergolong baik karena unit-unit usaha tersebut masih mampu bertahan di tengah persaingan yang cukup sengit. Nilai standar deviasi jumlah omset per tahun pada periode 2017 adalah Rp248.637.818,20. Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa komponen standar deviasi mempunyai nilai yang lebih besar daripada komponen nilai rata-ratanya. Hal ini berarti bahwa data omset yang digunakan bervariasi dan menunjukkan hasil yang baik karena data tersebar secara normal serta tidak menimbulkan bias.

Berdasarkan hasil olah data tersebut, dapat diketahui bahwa IKM Klaster Batik Kabupaten Klaten telah menunjukkan kinerja usaha yang baik. Tingginya kinerja IKM Klaster Batik Kabupaten Klaten tersebut tentu tidak luput dari berbagai dukungan yang diberikan oleh pemerintah dimana berdasarkan SK Menteri Keuangan No. 316/KMK.016/1994 BUMN diwajibkan untuk menyisihkan keuntungannya sebanyak 1-5% untuk dialokasikan ke dana Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) (Purnomo, 2014). Selain itu, berdasarkan Rencana pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Klaten untuk tahun 2016-2021 yang telah dikukuhkan sebagai peraturan RPJMD Kabupaten Klaten 2016-2021 ini berfokus pada pengembangan pariwisata budaya (Haryono et al., 2017). Adanya program ini memberikan pengaruh positif bagi berkembangnya IKM Klaster Batik Kabupaten Klaten karena produk hasil olahannya memiliki sinergitas dengan bidang pariwisata sehingga produk yang dihasilkan tersebut juga ditawarkan kepada para wisatawan sebagai buah tangan khas Kabupaten Klaten. Selain itu, Pemkab Klaten juga mewajibkan semua toko modern yang ada di Kabupaten Klaten untuk menampung produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM (Sutanto, 2021). Hal ini tentu akan memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya sehingga jangkauan pasar juga menjadi lebih luas. Hal ini tentu dapat mendorong potensi UMKM untuk menghasilkan suatu produk unggulan khas dan juga mampu meningkatkan omset yang diperoleh.

Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) Kabupaten Klaten juga turut mendukung berkembangnya UMKM yang ada di wilayah tersebut. LKPP Kabupaten Klaten menyediakan sebuah *platform e-marketplace* dan memberikan kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk menawarkan hasil produksinya dengan mengunggah deskripsi produknya di *e-katalog* yang telah disediakan di *platform* tersebut (Bisnis.com, 2021). Berdasarkan ketentuannya, pengadaan barang dan jasa tersebut dapat dilakukan dengan nilai transaksi hingga Rp50 juta dan dilakukan secara virtual. Selain itu, karena UMKM mempunyai peran krusial dalam perekonomian Kabupaten Klaten, Pemkab memberikan banyak dukungan untuk meningkatkan penjualannya. Hal ini dibuktikan dengan tidak diberlakukannya berbagai persyaratan mengenai harga yang ditawarkan, melainkan mengutamakan kualitas produknya yang pada nantinya akan memberikan pengaruh baik terhadap peningkatan daya saing UMKM di pasaran. LKPP juga membuka akses bagi pemerintah daerah lain hingga instansi nasional untuk dapat melihat *e-katalog* dari UMKM Kabupaten Klaten yang terdaftar. Pemkab Klaten juga dapat dikatakan

sering melakukan berbagai pelatihan dan pendampingan bagi UMKM yang ada di wilayahnya (Balai Pelatihan Koperasi dan UKM, 2019). Contohnya seperti diadakannya pelatihan manajemen dan peningkatan literasi bagi UMKM Kabupaten Klaten yang dilakukan oleh Balai Pelatihan Koperasi dan UKM serta instansi lainnya. Materi dan praktik yang dilakukan biasanya didampingi oleh berbagai pihak terkait yang dapat turut mendukung kemajuan UMKM, seperti Bank Jateng yang bertanggung jawab untuk mendampingi UMKM dalam bidang keuangan dan pengalokasian modal, gapura digital yang bertanggung jawab membimbing pelaku UMKM mengenai potensi *online* dalam mengembangkan usaha, dan Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Klaten yang bertanggung jawab menjelaskan mengenai berbagai prosedur mengenai kebijakan Pemkab Klaten yang dapat diakses dalam hal pemberdayaan UMKM.

Pemkab Klaten juga memberikan berbagai dukungan terkait pembiayaan. Hal ini terbukti dalam Peraturan Bupati Klaten No. 11 Tahun 2019 yang menjadi pedoman dalam pemberian subsidi bunga bagi usaha mikro yang terdaftar di Kabupaten Klaten. Upaya ini menunjukkan keberpihakan pemerintah dalam mendukung pengembangan skala usaha. Dengan meningkatnya pemahaman pelaku UMKM terkait akses pembiayaan ini, pelaku UMKM mampu memanfaatkan berbagai peluangnya untuk memajukan usahanya. Dukungan dari pemerintah lain seperti peningkatan kualitas kapabilitas sumber daya manusia bagi para pelaku UMKM juga turut dilakukan untuk meningkatkan kualitas produknya agar tetap berdaya saing. Berbagai dukungan dari pemerintah inilah yang memberikan peluang bagi UMKM Kabupaten Klaten untuk mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan terutama IKM Klaster Batik karena Kabupaten Klaten merupakan penghasil batik terbesar di Jawa Tengah.

Berdasarkan studi empiris yang dilakukan oleh Valeria (2013), komponen variabel yang dapat mempengaruhi tingkat kemampuan daya saing dan kinerja UMKM di Kabupaten Klaten adalah adaptabilitas lingkungan, kreativitas inovasi, dan orientasi kewirausahaan. Di antara ketiga komponen tersebut, yang mempunyai pengaruh paling tinggi adalah orientasi kewirausahaan. Maka dari itu, untuk mampu meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerjanya, UMKM perlu membuat berbagai rencana yang strategis untuk mendukung pencapaian tujuannya. Berdasarkan hal tersebut, pelaku UMKM harus bersifat visioner agar mampu membawa usahanya ke arah dan tujuan yang jelas. Selain itu, berdasarkan Haryono et al. (2017), komponen yang dapat mendukung kesuksesan UMKM di Kabupaten Klaten adalah kompleksitas dan ketepatan berbagai strateginya yang meliputi *7P's Strategy*, dimana di antaranya adalah strategi *product, place, price, people, promotion, process*, dan *philosophy*. Berdasarkan studinya, pemerintah juga mempunyai peran yang krusial sehingga pemerintah perlu mengoptimalkan kinerjanya dalam mendukung kemajuan UMKM di Kabupaten Klaten sebagai upaya peningkatan perekonomian domestik. Maka dari itu, dalam menjalankan usahanya, pelaku UMKM perlu menganalisis dan merencanakan lebih rinci terkait komponen *7P's Strategy* dan diperlukan sinergitas dengan Pemkab agar mampu memaksimalkan kinerja usahanya sehingga dapat bertahan di tengah persaingan global.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Klaten, dari 114 rumah tangga produksi terdapat empat UMKM yang memiliki omset penjualan tertinggi yang berada di Kabupaten Klaten. Dari data tersebut dapat digunakan dalam melakukan analisa konsentrasi industri yang digunakan untuk mengukur bagaimana keadaan konsentrasi IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten sehingga dapat digunakan dalam menentukan strategi yang sesuai dengan kriteria pasar untuk dapat meningkatkan omset/tahun. Dalam melakukan analisa konsentrasi industri dapat digunakan dua metode yaitu dengan *Concentration Ratio* (CR) dan *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI), dimana dalam analisa konsentrasi industri *Concentration Ratio*

(CR) dan *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) dilakukan dengan mempertimbangkan *market share* dari beberapa industri yang biasanya dalam satu industri akan terdapat empat perusahaan besar sebagai penguasa *market share*. Nilai *market share* sendiri didapatkan dengan cara membandingkan omset/tahun pada umkm dengan total keseluruhan omset UMKM yang berada dalam industri yang sama. Berikut tabel yang dapat digunakan untuk mencari analisa konsentrasi industri.

Tabel 2. Empat Teratas Omset/TahunUMKM Klaster Batik Kabupaten Klaten

No	Nama Pemilik	Omset/Tahun	Market Share (%)
1	Etik Sulistyowati	Rp 2.400.000.000	12,89%
2	Diah Evi Kurniasi, S.T.	Rp 950.000.000	5%
3	Caesar Marga Putri, S.E.	Rp 485.000.000	2,6%
4	Suratmi	Rp 475.000.000	2,5%

Concentration Ratio (CR)

Nilai *Concentration Ratio* (CR) diperoleh dengan melakukan penjumlahan atas *market share* dari empat perusahaan terbesar dalam IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten, dengan perhitungan sebagai berikut.

$$CR = MS_1 + MS_2 + MS_3 + MS_4$$

$$CR = 12,89\% + 5\% + 2,6\% + 2,5\%$$

$$CR = 22,99\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *Concentration Ratio* (CR) yang bernilai 22,99% maka level *Concentration Ratio* pada IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten tergolong pada level konsentrasi rendah dimana pada level ini struktur pasar berada pada pasar persaingan sempurna (*perfect competition*) dan pasar monopolistik (*monopolistic competition*).

Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

Nilai *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) diperoleh dengan mengkuadratkan *market share* dan menjumlahkan keseluruhannya dari empat perusahaan terbesar dalam IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten, dengan perhitungan sebagai berikut.

$$HHI = MS_1^2 + MS_2^2 + MS_3^2 + MS_4^2$$

$$HHI = (12,89)^2 + (5)^2 + (2,6)^2 + (2,5)^2$$

$$HHI = 166,15 + 25 + 6,76 + 6,25$$

$$HHI = 204,16$$

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) yang bernilai 204,16 yaitu nilai HHI < 1.500 maka level *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) pada IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten menunjukkan bahwa market share tidak terkonsentrasi pada beberapa perusahaan (*competitively marketplace*).

Analisa Struktur (S) Pasar Persaingan

Nilai kekuatan konsentrasi persaingan yang terjadi pada pangsa pasar IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten dari empat pangsa pasar yang ada menunjukkan bahwasannya nilai konsentrasi (CR4) yaitu sebesar 22,99 artinya konsentrasi menunjukkan rendah-sedang dimana hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan di pangsa pasar IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten bersifat

persaingan sempurna mendekati pasar monopolistik. Dan dengan nilai HHI 204,16 maksudnya masuk pangsa pasar persaingan sempurna, dengan nilai H lebih besar dari *zero* maka terdapat sejumlah industri kecil dan menengah klaster batik dengan ukuran yang usaha yang hampir serupa dalam pasar dan konsentrasi pasar yang teridentifikasi adalah terkonsentrasi kecil. Jenis pasar yang terbentuk pada industri ini yaitu terdapat banyaknya penjual (produsen) dan pembeli (konsumen) dimana produk atau barang yang diperjualbelikan sejenis atau seragam namun tetap memiliki beberapa perbedaan dimana perbedaan ini akan menjadi karakteristik yang khas dari produk yang ditawarkan oleh masing-masing penjual (produsen). Kegiatan produksi barang tersebut disebut dengan diferensiasi produk karena produk yang diproduksi seragam namun terdapat perbedaan seperti perbedaan kualitas, corak atau motif, harga dan bagaimana strategi pemasaran terhadap produk mereka.

Kondisi *entry barrier* yang mungkin akan dihadapi oleh industri umkm klaster batik ini adalah karena terdapat banyak nya produsen dan memiliki diferensiasi produk tersendiri dapat membuat persaingan pasar menjadi ketat selain itu diperlukannya kreativitas yang terus dikembangkan oleh produsen UMKM sehingga inovasi-inivasi akan terus tercipta namun hal tersebut pasti akan memunculkan biaya tambahan (*differential cost*) yang pada akhirnya akan ditanggung oleh konsumen melalui penetapan harga produk yang semakin tinggi. Melihat kondisi pasar pada IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten terdapat beberapa hal yang dipersaingkan yaitu produk yang ditawarkan harus memiliki sesuatu yang menjadi ciri khas dan unik (*differensial*), harga yang ditawarkan produk harus kompetitif, penentuan lokasi yang strategis menjadi kekuatan perusahaan, pelayanan yang maksimal baik itu sebelum produk terjual dan purna jual yang merupakan pelayanan yang akan menciptakan konsumen-konsumen yang loyal dan setia (*regular customer*).

Pesaing terdekat pada IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten ini adalah mereka yang berfokus pada pasar sasaran yang sama dengan strategi yang hampir sama atas pasaran yang sama dimana hal tersebut disebut dengan kelompok strategi. Untuk dapat meningkatkan omsetnya, perusahaan harus mampu melakukan pengidentifikasian atas kelompok strategi pada wilayahnya bersaing. Terdapat tiga unsur dalam penentuan wilayah keunggulan bersaing yang dapat dilakukan yaitu keunggulan biaya dimana keunggulan ini diawali dengan memproduksi produk dengan *value* tinggi dengan biaya seminimum mungkin sehingga dapat memberikan penghasilan per unit yang relatif lebih tinggi untuk harga pasar yang relatif sama. Wilayah keunggulan yang kedua ditentukan melalui keunggulan diferensiasi produk dimana keunggulan ini menjadi superioritas relatif dari nilai atau produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen. Wilayah keunggulan yang ketiga yaitu ada pada keunggulan pemasaran dimana perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tidak hanya mencakup pada wilayah tertentu atau wilayah sekitar saja sehingga perusahaan harus mulai melakukan pemasaran dengan pangsa pasar yang lebih luas dimana pada era dewasa ini perkembangan teknologi dan digitalisasi sudah berkembang secara pesat hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh produsen untuk memasarkan produknya secara lebih luas.

CONCLUSION

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa IKM Klaster Batik Kabupaten Klaten telah menunjukkan kinerja usaha yang baik hal tersebut dijelaskan bahwasanya nilai rata-rata omset per tahun IKM klaster batik di Kabupaten Klaten adalah Rp163.263.157,90. Dengan rata-rata omset tersebut dapat dikategorikan IKM Klaster Batik di Kabupaten Klaten sebagai industri mikro karena rata-rata omset kurang dari 300 juta rupiah. Lalu untuk struktur

pasar industri IKM Klaster Batik Kabupaten Klaten sendiri merupakan struktur pasar dengan karakteristik pasar persaingan sempurna menuju pasar monopolistik dikarenakan dapat terlihat dari kondisi pasar dimana terdapat banyak penjual dengan barang produksi yang serupa namun tetap memiliki beberapa perbedaan produk diantara produsen lainnya. Dengan mengetahui struktur pasar tersebut IKM klaster Batik di Kabupaten Klaten dapat menerapkan beberapa strategi diantaranya yaitu terus melakukan diferensiasi produk seperti perbedaan kualitas, corak atau motif, harga dan bagaimana strategi pemasaran terhadap produk.

Peran pemerintah harus menjadi peran positif yang mendukung para pelaku klaster tanpa mengesampingkan klaster-klaster kecil yang baru saja berkembang. Di lain hal pelaku klaster harus bisa berinovasi dengan segala kreativitas agar tidak terlalu bertumpu pada subsidi pemerintah. Pelaku klaster sendiri menjadi faktor paling krusial karena para pelaku klasterlah yang menjalankan bisnisnya meskipun ada sedikit intervensi dari kebijakan klaster pemerintah.

References

- Afrianty, N., & Herawati, M. (2019). TINGKAT PERSAINGAN BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH DI INDONESIA TAHUN 2011-2018. *JURNAL AGHNIYA STIESNU BENGKULU*, 2(2), 218–225.
- Aribawa, D. (2016). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA DAN KEBERLANGSUNGAN UMKM DI JAWA TENGAH. *Jurnal Siasar Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s10006-013-0431-4>
- Balai Pelatihan Koperasi dan UKM. (2019). *PELATIHAN MANAJEMEN BAGI USAHA KECIL DI KABUPATEN KLATEN*. Dinas Koperasi Dan UMKM Jawa Tengah. <https://balatkop-umkm.jatengprov.go.id/blog/2019/04/pelatihan-manajemen-bagi-usaha-kecil-di-kabupaten-klaten>
- Bisnis.com. (2021). Klaten Ajak UKM Jadi Penyedia Barang dan Jasa Pemerintah. *Bisnis.Com*. <https://semarang.bisnis.com/read/20210319/535/1369942/klaten-ajak-ukm-jadi-penyedia-barang-dan-jasa-pemerintah>
- Haryanti, D. M., & Hidayah, I. (2018, July 24). Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar. *UKM Indonesia*. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Haryono, T., Khoiriyah, S., Handayani, R., & Sugiarti, R. (2017). MENGAPA UKM GARMEN DI KABUPATEN KLATEN MAMPU BERTAHAN DI TENGAH PERSAINGAN PASAR BEBAS. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keunagan*, 1(4), 552–570.
- Hendra, S. T. N., & Hartomo, D. D. (2017). PENGARUH KONSENTRASI DAN PANGSA PASAR TERHADAP PENGAMBILAN RISIKO BANK. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 35–50.
- Hermawan, H. (2018). *Metode Kuantitatif untuk Riset Bidang Kepariwisata*. Open Scienc Framework. <https://doi.org/10.31227/osf.io/fcnzh>
- Khotimah, H., & Budi, S. (2020). Analisis Peran Inovasi, Kompetensi Akuntansi, dan Dukungan Pemerintah terhadap Daya Saing UMKM Kota Tangerang Selatan. *Keberlanjutan : Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 117–130.
- Lokadata. (2019, July 12). Kontribusi UMKM terhadap PDB, 2010-2018. *LLokadata*. <https://lokadata.id/data/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2010-2018-1562917830>
- Norzistya, A. D., & Nugroho, P. (2016). Keterkaitan Aktivitas Industri di Klaster Industri Batik Bayat Kabupaten Klaten. *Teknik PWK*, 5(1), 10–20.
- Prastika, N. E., & Purnomo, D. E. (2014). PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA PEKALONGAN. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 7(6), 1–29.
- Purnomo, S. A. (2014). ANALISIS IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMBERDAYAAN UMKM DI KABUPATEN KLATEN: STUDI PENGECORAN LOGAM DI KECAMATAN CEPER. *Jurnal Studi Politik Dan Pemerintah Government*, 3(4), 504–519.
- Putra, Y. M. (2018). Pemetaan Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM Pada UMKM Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Profita*, 11(2), 201–217. <https://doi.org/10.22441/profita.2018.v11.02.004>

- Rekarti, E., & Nurhayati, M. (2016). ANALISIS STRUCTURE CONDUCT PERFORMANCE (SCP) JIKA TERJADI MERGER BANK PEMBANGUNAN DAERAH DAN BANK BUMN PERSERO BERDASARKAN NILAI ASET DAN NILAI DANA. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 36–50.
- Subroto, S., Hapsari, I. M., & Astutie, Y. P. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KABUPATEN BREBES. *Prosiding SNaPP2016 Sosial, Ekonomi, Dan Humaniora*, 337–344.
- Sudiarta, I. P. L. E., Kirya, I. K., & Cipta, I. W. (2014). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BANGLI. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, 2(1), 1–8.
- Sumarwati, E. D., & Rachman, N. A. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UMKM (STUDI KASUS UMKM PEREMPUAN DI KABUPATEN SUKOHARJO). *INCONTECSS Politeknik Indonusa Surakarta*, 242–250.
- Sutanto, A. (2021). Toko Modern di Klaten Wajib Tampung Produk UMKM. *Riri.Co.Id*. https://rri.co.id/surakarta/ekonomi/997509/toko-modern-di-klaten-wajib-tampung-produk-umkm?utm_source=terbaru_widget&utm_medium=internal_link&utm_campaign=General_Campaignhttps://rri.co.id/surakarta/ekonomi/997509/toko-modern-di-klaten-wajib-tampung-produk-umkm?utm_source=terbaru_widget&utm_medium=internal_link&utm_campaign=General_Campaign
- Utami, A. (2012). ANALISIS STRUKTUR PASAR INDUSTRI KONSTRUKSI DI INDONESIA. *Media Ekonomi*, 20(3), 49–72.
- Valeria, N. P. (2013). MEMBANGUN KINERJA BISNIS MELALUI KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM MANUFAKTUR (Tudi Empirik pada Industri Logam di Kecamatan Ceper, Kabupaten Klaten). *Jurnal Bisnis Strategi*, 22(1), 133–142.
- Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). MENINGKATKAN KINERJA UMKM INDUSTRI KREATIF MELALUI PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR: KAJIAN PADA PERAN SERTA WIRAUSAHA WANITA DI KECAMATAN MOYUDAN, KABUPATEN SLEMAN, PROPINSI DIY. *Jurnal Sosio Humaniora*, 3(4), 27–39.
- Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinagor, Sumedang. *JURNAL ABDIMAS BSI*, 1(3), 465–476.