**PENENTUAN PRODUK UNGGULAN DAERAH**

**PADA SENTRA INDUSTRI KECIL MENENGAH DI KABUPATEN BONDOWOSO**

**Moh. Erfan Arif, Susenohaji**

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

erfan\_arif@ub.a.c.id

**Abstract**

This study aims to determine the Regional Superior Products (PUD) in Bondowoso Regency, East Java Province. Bondowoso Regency has several industrial centers that produce regional potential products that can become superior products. The potential industrial centers include coffee, tape, brass, furniture, baskets, iron crafts, embroidery, chips, tiles, batik, and bricks. The determination of this regional superior product refers to Permendagri number 9 of 2019 concerning Regional Superior Product Development. This research method is descriptive qualitative with the method of collecting data through interviews. The results showed that the potential industrial centers that were eligible to be designated as regional superior products were the tape industry centers. The industrial centers that produce these tapes are the most appropriate to be designated as Bondowoso Regency's Superior Products because they are the most suitable and reflect the criteria of regional superior products according to Permendagri number 9 of 2019. The results of the determination of the superior products of this region can be used as a basis in the preparation of potential industrial center development programs to increase regional economic growth.

Keywords: PUD, industrial center, Permendagri number 9 of 2014, tape

**Latar Belakang**

Konsep *One Village One Product* (OVOP) pertama kali diinisiasi oleh Dr. Morihiko Hiramatsu di Provinsi Oita-Jepang pada 1979. OVOP merupakan pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar baik lokal, nasional maupun global. Produk yang dikembangkan dengan konsep ini memiliki keunikan karakteristik dari daerah tersebut atau wilayah tertentu. Produk yang dihasilkan adalah produk yang proses pembuatannya memanfaatkan sumber daya lokal, baik sumber daya alam, maupun sumber daya manusia (Triharini, et al., 2014; Schumann, 2016).

Konsep OVOP ini kemudian menginspirasi dikembangkannya konsep Produk Unggulan Daerah (PUD) di Indonesia. Konsep PUD ini diyakini akan dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah. Komoditas unggulan daerah dapat memberikan nilai tambah dan sumbangan pertumbuhan ekonomi yang besar bagi daerah dan Produk Domestik Bruto (Husen, 2011; Pantow, et al, 2015; Zelesko, 2017). Selain itu, produk unggulan daerah (lokal) merupakan pendorong untuk pengembangan ekonomi regional terutama di daerah pedesaan (Messely, et al, 2009). Salah satu maksud penentuan komoditas unggulan ini adalah agar pengembangan komoditas tersebut yang secara intrinsik memiliki kekhasan kekuatan berdasarkan keunggulan komperatif yang dimiliki oleh daerah (Syafaat dan Supena, 2000).

Pengembangan produk unggulan yang dimotori oleh daerah berjalan pesat dan berhasil memunculkan produk-produk unik dan kompetitif hingga mampu menembus pasar luar negeri. Namun, beberapa daerah menemui berbagai kendala dalam penentuan pengelolaan produk unggulan. Hal ini disebabkan oleh lemahnya sistem pendukung produk unggulan yang meliputi sumberdaya manusia, permodalan, pemasaran, difusi Ipteks, kemitraan usaha, infrastruktur, dan kelembagaan (Triharini, et. al, 2014). Produk lokal juga cenderung memiliki harga tinggi (Salisbury, et al, 2018) dan (Donaher & Lynes, 2017) karena proses produksi sederhana yang menghasilkan produk berkualitas rendah dan penggunaan proses produksi alami. Oleh karena itu, pemerintah memiliki peran penting dalam mendukung agen ekonomi (khususnya UKM) untuk menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi karakteristik lokal yang unggul (Nakagawa, 2012); (Niskha & Vesala, 2013); dan (Sambajee & Dhomun, 2015).

Permasalahan penentuan produk unggulan daerah seperti ini juga dialami oleh Kabupaten Bondowoso Jawa Timur. Pada tahun 2016 Pemerintah Kabupaten mendeklarasikan Bondowoso Republik Kopi (BRK) yang diharapkan nantinya dapat menjadi brand dari kabupaten tersebut. Langkah ini didasarkan pada potensi yang ada di kawasan Gunung Raung dan Ijen, khususnya Kecamatan Sumberwringin untuk pengembangan Klaster Kopi Arabika Rakyat. Pemerintah kabupaten memberikan fasilitas dan sarana seperti pelatihan, pupuk, bibit, dan lainnya. Targetnya, meningkatkan produksi dan pengembangan agro-tourism. Namun, seiring berjalannya waktu, brand BRK tidak berjalan seperti yang diinginkan bahkan cenderung menghilang.

Kabupaten ini berkepentingan untuk mengembangkan produk unggulan daerah selain atas dasar motif ekonomi daerah ini juga memiliki obyek wisata berkelas internasional yaitu obyek wisata kawah ijen. Obyek wisata ini memiliki daya tarik yang luar biasa besar karena menyajikan fenomena alam yang langka. Harapan dari pemerintah kabupaten adalah para wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Bondowoso atau sekedar melewatinya tertarik untuk membeli oleh-oleh khas daerah untuk dibawa ke daerah atau negaranya masing-masing.

Kabupaten Bondowoso memiliki sejumlah sentra produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang potensial untuk menjadi produk unggulan daerah. Komoditas-komoditas potensial tersebut antara lain kopi, tape, kuningan, mebel, besek, kerajinan besi, bordir, keripik dan lain-lain. Kabupaten Bondowoso perlu menentukan produk unggulan daerah untuk dikembangkan agar masyarakat lebih mandiri (Takdir, 2012). Selain itu, produk unggulan lokal yang menjadi identitas daerah akan mampu menjadi faktor pendorong untuk pengembangan ekonomi regional terutama di daerah pedesaan (Messely, et al, 2009). Pemerintah daerah juga dapat mengambil kebijakan yang tepat atau tidak salah sasaran dalam menyusun program-program untuk pengembangan iklim usaha yang memiliki *multiplier effects* besar yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara signifikan..

Pengembangan produk unggulan daerah tidak dapat dipisahkan dari peran UKM sebagai entitas industri di suatu daerah. UKM memiliki peran penting dalam siklus ekonomi, sebagai sumber pertumbuhan dan pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan peningkatan tenaga kerja terampil (Karadag, 2016). Selain itu, UKM dapat memfasilitasi pengembangan industri dan peningkatan serta pengembangan kapasitas produksi (Oduntan, 2014) dan nilai tambah produk yang tinggi untuk kepuasan konsumen (Hobohm, 2017). Dalam penentuan produk unggulan daerah tentunya mengacu pada Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah.

**Kajian Pustaka**

Produk Unggulan Daerah (PUD) memiliki pengertian yang luas karena dilihat dari berbagai perspektif. Ahmadjayadi (2001) menjelaskan 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.

Suyanto (1999) menyatakan bahwa produk unggulan adalah produk hasil usaha yang memiliki peluang pemasaran yang tinggi dan menguntungkan bagi masyarakat desa. Produk unggulan dalam konteks ini tidak harus selalu berupa produk fisik seperti hasil pertanian atau kerajinan, tetapi juga dapat berupa produk budaya yang dikembangkan melalui modernisasi pengelolaannya. Sementara itu, menurut Latif (2009), kriteria produk unggulan berdasarkan OVOP antara lain memanfaatkan sumber daya lokal, menghasilkan pendapatan untuk masyarakat lokal, memiliki kemampuan untuk menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, bertujuan untuk industri yang lebih mapan, dan memiliki kemampuan untuk memanfaatkan tenaga kerja muda sebagai sumber inovasi.

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah, yang dimaksud tentang produk unggulan daerah adalah Produk, baik berupa barang maupun jasa, yang dihasilkan oleh koperasi, usaha skala kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumberdaya yang dimiliki oleh daerah baik sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan budaya lokal, serta mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah yang diharapkan menjadi kekuatan ekonomi bagi daerah dan masyarakat setempat sebagai produk yang potensial memiliki daya saing, daya jual dan daya dorong menuju dan mampu memasuki pasar global.

Peratutan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 tahun 2014 tersebut mempertimbangkan berbagai faktor untuk menentukan produk unggulan daerah. Faktor-faktor yang dipertimbangkan tersebut antara lain: penyerapan tenaga kerja, sumbangan terhadap perekonomian, sektor basis ekonomi daerah, dapat diperbaharui, sosial budaya, ketersediaan pasar, bahan baku, modal, sarana dan prasarana produksi, teknologi, manajemen usaha, dan harga. Peraturan Menteri ini menjadi penyempurna dari Surat Edaran Nomor 050.05/2910/III/BANDA tahun 1999 Direktorat Jenderal Pembangunan Daerah Depdagri tentang kriteria komoditas atau produk unggulan.

Porter (1985) menyebutkan bahwa produk unggulan harus memiliki elemen penunjang yang kuat setidaknya pada dua faktor kunci, yaitu: *pertama,* faktor kondisi, seperti bahan baku, ketrampilan tenaga kerja/tenaga ahli, pembiayaan, teknologi, transportasi, dan komunikasi. *Kedua,* faktor permintaan, yaitu keterkaitan dengan hulu dan hilir. Selain itu, produk unggulan dapat diukur berdasarkan indikator-indikator strategis antara lain: potensi ekspor, kandungan nilai lokal, penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan nilai tambah, keterkaitan antar sektor, konservasi lingkungan, dan jangkauan pemasaran.

Dari sudut pandang yang berbeda, Ambardi dan Socia (2002) menentukan kriteria komoditas daerah layak disebut sebagai produk unggulan ketika memenuhi syarat: *pertama,* mampu menjadi penggerak utama pembangunan perekonomian. Artinya, komoditas unggulan dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada peningkatan produksi, pendapatan, maupun pengeluaran. *Kedua,* mempunyai keterkaitan ke depan dan ke belakang yang kuat, baik sesama komoditas unggulan maupun komoditas lainnya. *Ketiga,* mampu bersaing dengan produk sejenis dari wilayah lain di pasar nasional dan pasar internasional, baik dalam harga produk, biaya produksi, kualitas pelayanan, maupun aspek-aspek lainnya.

Alkadri, et al, (2001) lebih luas dalam menentukan kriteria untuk menentukan produk unggulan bagi suatu daerah yang meliputi: *pertama,* mampu menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi. *Kedua,* mempunyai keterkaitan ke depan dan ke belakang kuat baik sesama komoditas unggulan maupun lainnya. *Ketiga,* mampu bersaing dengan produk sejenis baik di pasar nasional maupun internasional. *Keempat,* memiliki keterkaitan dengan wilayah lain baik dalam hal pasar maupun pasokan bahan baku. *Kelima,* memiliki teknologi yang terus meningkat. *Keenam,* mampu menyerap tenaga kerja secara optimal. *Ketujuh,* dapat bertahan dalam jangka panjang. *Kedelapan,* tidak rentan terhadap gejolak eksternal dan internal. *Kesembilan,* pengembangannya harus mendapatkan berbagai bentuk (keamanan, sosial, budaya, informasi dan peluang pasar, kelembagaan, fasilitas insentif/disinsentif, dan lainnya). *Kesepuluh,* pengembangannya berorientasi pada kelestarian sumberdaya dan lingkungan.

**Metode Penelitian**

Penentuan produk unggulan daerah ini dilakukan dengan metode penelitian survey. Penelitian ini dilakukan dengan menyeleksi suatu sampel dari responden  menggunakan kuesioner dan melakukan wawancara untuk mengumpulkan informasi terhadap variabel yang menjadi perhatian peneliti. Data yang dikumpulkan kemudian digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dari populasi tertentu (Mc Millan dan Schumacher, 2001), yaitu sentra-sentra industri produk unggulan yang ada. Penelitian ini diawali dengan *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan para pelaku usaha pada masing-masing sentra industri yang difasilitasi oleh Diskoperindag Kabupaten Bondowoso.

Kegiatan survei dilakukan pada sejumlah unit analisis yang telah ditentukan sebelumnya. Unit analisis adalah sentra-sentra industri yang menghasilkan komoditas unggulan yang tersebar di Kabupaten Bondowoso. Survey dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada para pelaku usaaha dalam bentuk wawancara. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan merujuk pada kriteria-kriteria produk unggulan sesuai Permendagri Nomor 9 Tahun 2014. Adapun variabel atau kriteria yang dimaksud adalah penyerapan tenaga kerja, sumbangan terhadap perekonomian, sektor basis ekonomi daerah, dapat diperbaharui, sosial budaya, ketersediaan pasar, bahan baku, modal, sarana dan prasarana produksi, teknologi, manajemen usaha, dan harga.

Untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dan dalam, masing-masing kriteria atau variabel produk unggulan tersebut dijabarkan menjadi berbagai bentuk pertanyaan yang merupakan indikator dari masing-masing kriteria. Masing-masing variabel memiliki dua hingga empat indikator yang dapat menjelaskan variabel secara lebih detil. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dapat menggambarkan kondisi sebenarnya pada masing-masing sentra industri, sehingga produk yang ditetapkan sebagai unggulan sesuai dengan kenyataan yanga ada.

Masing-masing indikator yang merupakan penjabaran dari kriteria atau variabel produk unggulan diberi bobot nilai antara 1 sampai 3. Angka yang leih besar menunjukkan tingkat kepentingan atau urgensi indikator tersebut penentuan produk unggulan daerah. Setelah diberi bobot nilai pada masing-masing indikator sebagaimana yang disampaikan oleh informan, selanjutnya dilakukan penjumlahan pada semua sentra yang menghasilkan produk-produk unggulan. Tentunya sentra industri yang memperoleh nilai tertinggi adalah yang layak menjadi produk unggulan daerah Kabupaten Bondowoso.

**Hasil dan Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk unggulan daerah yang ada di Kabupaten Bondowoso agar pemerintah daerah memiliki dasar dan panduan dalam mengembangkan sentra industri yang memberikan efek *multiplier*. Daerah ini memiliki potensi produk uggulan yang cukup bervariasi. Mulai dari industri makanan hingga industri yang menghasilkan aneka kerajinan, batik bahkan *furniture.* Penelitian ini dilakukan dalam waktu yang cukup lama dengan melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan dan melalui beberapa tahapan.

Tahap pertama yang dilakukan dalam menentukan produk unggulan daerah adalah dengan *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan perwakilan dari sentra-sentra industri yang menghasilkan komoditas potensial daerah. Kegiatan ini difasilitasi oleh Diskoperindag (Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan) Kabupaten Bondowoso. Pada FGD ini dilakukan penyamaan persepsi antara dinas, pelaku usaha dan peneliti mengenai tujuan dari penelitian yaitu untuk menentukan produk unggulan daerah. Selain itu, peserta FGD mengetahui poin-poin pertanyaan yang akan diajukan kepada pelaku usaha pada sentra-sentra industrinya masing-masing.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada para pelaku usaha mengacu pada Permendagri Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pengembangan Produk Unggulan Daerah. Kriteria-kriteria produk unggulan yang telah ditentukan pada Peraturan Menteri tersebut yaitu: penyerapan tenaga kerja sumbangan terhadap perekonomian, sektor basis ekonomi daerah, dapat diperbaharui, sosial budaya, ketersediaan pasar, bahan baku, modal, sarana dan prasarana produksi, teknologi, manajemen usaha dan harga seperti yang tertera pada Gambar 1. Namun, agar memperoleh informasi yang tepat dan spesifik, maka disusun pertanyaan-pertanyaan secara lebih detil yang merupakan indikator dari masing-masing kriteria produk unggulan dengan bobot yang berbeda-beda antara 1 sampai 3. Bobot yang lebih besar diberikan berdasarkan tingkat kepentingan dari aspek-aspek yang ada. Adapun indikator-indikator yang dikembangkan dari variabel dapat dilihat pada Tabel 1.

Gambar 1. Kriteria Produk Unggulan Daerah (Permendagri Nomor 9 Tahun 2014)

**Kriteria Produk Unggulan Daerah**

**(Permendagri Nomor 9 tahun 2014**

K1

K2

K3

K4

K5

K6

K9

K8

K7

K10

K11

K12

**Keterangan:**

K1 = penyerapan tenaga kerja K5 = sosial budaya K9 = sarana produksi
K2 = sumbangan terhadap perekonomian K6 = ketersediaan pasar K10 = teknologi

K3 = sektor basis ekonomi daerah K7 = bahan baku K11 = manajemen usaha
K4 = dapat diperbaharui K8 = modal K12 = harga

Dari hasil pengukuran masing-masing indikator kriteria produk unggulan diperoleh ketersediaan bahan baku menjadi indikator dengan bobot atau skor tertinggi yaitu 34. Informasi ini menunjukkan bahwa dari sekian banyak produk-produk potensial yang ada di Kabupaten Bondowoso menunjukkan bahwa mayoritas produk-produk unggulan tersebut ditopang oleh bahan baku yang merupakan hasil dari daerah setempat. Dari sisi integrasi kebelakang yaitu ketersediaan bahan baku, produk-produk unggulan daerah melibatkan masyarakat Bondowoso dalam pemenuhannya. Dengan kata lain, untuk memenuhi kebutuhan bahan baku para pelaku usaha produk unggulan ini melibatkan masyarakat lokal sehingga dapat menggerakkan roda ekonominya.

**Tabel 1. Hasil Pemeringkatan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Bondowoso 2019**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** |  **INDIKATOR**  |  **ITEM PERTANYAAN**  | **Tape** | **Besek** | **Tahu** | **Keripik** | **Besi** | **Genteng** | **Batu Bata** | **Gerabah** | **Bordir** | **Batik** | **Mebel** | **Kuningan** | **Jumlah** |
| 1 | Penyerapan Tenaga Kerja  |  - Jumlah Tenaga Kerja Terserap  | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 20 |
|  - Menggunakan Tenaga Kerja Trampil  | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 29 |
| 2   | Sumbangan Ekonomi  |  - Banyak Sentra Industri  | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 19 |
|  - Jumlah Pengrajin  | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 22 |
|  - Kontribusi Ekonomi Lokal  | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 28 |
|  - Keterkaitan ke Depan dan Belakang  | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 27 |
|  - Ragam Multiplier Effect Stakeholder | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 26 |
|  - Hasil Produksi (Ton/Buah/Tampan)  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 |
| 3  | Sektor Basis  |  - Bahan Baku Lokal  | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 31 |
|  - Ketersediaan SDM/Skill Lokal  | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 32 |
|  - Andalan Penghasilan Masyarakat  | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 32 |
|  - Inovasi Produk  | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 |
|  - Aliran Bahan Baku Keluar Masuk  | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 24 |
| 4 | Keramahan Lingkungan  |  - Dapat Diperbarui  | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 22 |
|  - Kelestarian Lingkungan  | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 27 |
| 5 | Unsur Sosial Budaya  |  - Memiliki Nilai Sejarah dan Budaya  | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 30 |
|  - Identitas Produk Daerah  | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 26 |
| 6  | Penguasaan Pasar  |  - Lokal/Regional/Nasional/Global  | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 25 |
|  - Ragam Pembeli  | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 28 |
|  - Karakteristik dan Potensi Pasar  | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 29 |
|  - Potensi Pengembangan  | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 28 |
| 7 | Ketersediaan bahan Baku  |  - Jaminan Ketersediaan Bahan Baku  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 34 |
|  - Stabilitas Harga Bahan Baku  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 31 |
| 8 | Dukungan Modal   |  - Kelancaran Dana Investasi & Modal | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 32 |
|  - Modal Sendiri atau Pinjaman  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 32 |
| 9  | Sarana dan Prasarana Produksi  |  - Mudah Memperoleh Sarana Produksi  | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 31 |
|  - Produksi Terpisah dari Rumah  | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 26 |
| 10 | Teknologi |  - Akses Teknologi  | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
|  - Otomasi Teknologi  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 19 |
|  - Pengembangan TTG | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 15 |
| 11 | Manajemen Usaha |  - Catatan Keuangan  | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 18 |
|  - Legalitas Usaha  | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 |
|  - Sistem Penggajian  | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 19 |
|  - Memiliki Rencana Produksi  | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 21 |
| 12 | Harga dan Keuntungan |  - Proyeksi Keuntungan  | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 27 |
|  - Keterjangkauan Harga  | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 32 |
| **Skor Total** | **92** | **81** | **77** | **77** | **70** | **78** | **78** | **64** | **87** | **84** | **75** | **77** |  |

Pada peringkat kedua, indikator yang paling dominan adalah ketersediaan SDM lokal, andalan pendapatan masyarakat, permodalan dan keterjangkauan harga produk masing-masing dengan skor 32. Indikator-indikator ini merupakan bagian dari variabel sektor basis, ketersediaan modal, dan harga. Indikator-indikator ini menunjukkan bahwa pengembangan produk-produk unggulan daerah dapat ditopang oleh ketersediaan SDM daerah sekaligus menjadi salah satu sumber pendapatan andalan masyarakat. Skil yang dimiliki oleh masyarakat lokal telah mampu menghasilkan produk-produk unggulan dan dapat menopang kebutuhan rumah tangga mereka.

Pada aspek permodalan, para pelaku usaha komoditas potensial ini tidak tergantung pada pemerintah. Namun, mereka mampu memenuhi kebutuhan permodalan untuk mengembangkan usahanya. Informasi ini penting bagi pemerintah agar menjadi dasar atau acuan dalam menyalurkan bantuan atau program-program pengembangan UMKM agar lebih fokus pada peningkatan skill dan tidak terpaku pada pemberian bantuan modal atau bantuan dalam bentuk peralatan. Program-program pengembangan usaha sebaiknya difokuskan pada peningkatan kapasitas manajemen usaha.

Pada aspek harga menunjukkan bahwa harga produk-produk yang dihasilkan oleh sentra-sentra produk unggulan daerah masuk dalam kategori terjangkau. Artinya, produk-produk yang dihasilkan memiliki potensi untuk bersaing dengan produk-produk serupa dari daerah lain. Untuk produk-produk tertentu seperti kuningan, hasil kerajinan besi, dan mebel memiliki harga yang tergolong cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh biaya produksi yang tinggi karena mahalnya harga bahan baku dan proses pembuatan yang lebih sulit serta memakan waktu yang cukup lama.

Peringkat ketiga ditempati oleh indikator bahan baku lokal, stabilitas harga bahan baku dan kemudahan dalam memperoleh sarana prasarn produksi yang masing-masing dengan skor 31. Secara umum dapat dipastikan bahwa bahan baku yang digunakan untuk proses produksi berasal dari Kabupaten bondowoso dan juga memiliki harga yang relatif stabil sehingga tidak menyulitkan para pelaku usaha dalam pemenuhan bahan baku. Para pelaku usaha yang menghasilkan produk-produk unggulan juga tidak kesulitan dalam mendapatkan sarana atau peralatan yang digunakan untuk berproduksi karena secara umum masih menggunakan teknologi tradisional.

Setelah dilakukan *scoring* dan pemeringkatan dari masing-masing sentra industri kecil menengah yang menghasilkan produk-produk unggulan di Kabupaten Bondowoso, diperoleh sentra industri tape yang memperoleh nilai tertinggi dengan nilai 92. Peringkat berikutnya ditempati sentra industri bordir yang memperoleh nilai 87. Sentra yang layak mendapat peringkat ketiga sebagai penghasil produk unggulan daerah adalah sentra industri batik dengan nilai 84. Sedangkan yang menempati posisi keempat sebagai penghasil komoditas unggulan adalah sentra industri besek atau *bernyet* dengan skor 81*.*

Sentra industri tape layak memperoleh nilai atau skor tinggi (92) karena dari semua variabel atau kriteria penentuan produk unggulan berdasarkan Permendagri Nomor 9 Tahun 2014 sentra ini dinilai paling layak. Dari sisi pengelolaan atau manajemen usaha, produk dan proses produksi, sentra industri ini mendapatkan nilai yang cukup besar. Nilai ini menggambarkan kinerja yang baik dalam manajemen usaha yang ditandai dengan pengelolaan keuangan yang mulai tertata dan kelengkapan legalitas usaha. Produk yang dihasilkan berkualitas dan memiliki potensi inovasi yang tinggi di masa yang akan datang. Pada proses produksi juga menggambarkan pengelolaan yang baik meskipun dilakukan dengan manajemen yang sederhana dan tempat produksi masih menjadi dengan rumah tempat tinggal.

Dari sisi integrasi kebelakang, sentra industri tape melibatkan dan memberdayakan potensi lokal sepenuhnya. Dalam hal pemenuhan bahan untuk untuk produksi, dalam hal ini singkong mentah, diperolah dari petani singkong lokal. Hal ini dikarenakan kualitas singkong lokal lebih sesuai untuk dijadikan bahan baku dibanding singkong-singkong dari daerah lain. Karena alasan kualitas singkong ini menjadikan bahan bakunya dipastikan berasal dari Kabupaten Bondowoso yang tentunya akan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Selain singkong sebagai bahan baku, kotak kemasan berupa besek berbahan bambu yang dipakai juga sepenuhnya produk lokal. Artinya dari sisi integrasi kebelakang perputaran uang sepenuhnya dinikmati oleh masyarakat Bondowoso.

Integrasi kedepan produk tape ini yang meliputi aspek pemasaran dan penjualan menunjukkan adanya potensi yang besar dan terus berkembang. Pasar yang selama ini dilayani oleh sentra industri tape ini tidak hanya di dalam Kabupaten Bondowoso semata, tetapi sudah mencapai beberapa daerah di luar Bondowoso. Bahkan hampir mencapai seluruh kabupaten dan kota di Jawa Timur meski dengan jumlah yang berbeda-beda. Selain dalam Provinsi Jawa Timur, tape Bondowoso ini juga ada yang dipasarkan di luar Jawa Timur bahkan ekspor meski dalam jumlah yang masih terbatas.

Disisi lain, produk tape ini memiliki potensi inovasi dan pengembangan produk yang besar. Selama ini, mayoritas pelaku usaha tape di Bondowoso masih menjual produk tape tanpa sentuhan inovasi atau menjual produk tape apa adanya. Padahal, tape ini dapat dikembangkan menjadi berbagai produk olahan atau turunan yang memiliki nilai tinggi di mata konsumen. Diantara produk-produk olahan yang dapat dikembangkan dari tape antara lain: tape bakar, tape goreng, bolu tape, tape kukus, donat tape, kue tape keju dan lain-lain yang memiliki usia produk lebih panjang sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan kekhasan yang dimiliki oleh produk tape ini menjadikannya layak dijadikan produk unggulan daerah sekaligus city branding Kabupaten Bondowoso.

Pada urutan kedua, sentra industri yang potensial menjadi produk unggulan daerah adalah sentra bordir dengan skor 87. Sentra ini memiliki nilai dan potensi yang besar untuk menjadi produk yang unggul karena kelebihannya pada manajemen usaha, kebijakan harga, teknologi dan penguasaan pasar. Namun, sentra industri ini memberikan kontribusi yang kecil pada penyerapan tenaga kerja dan sumbangan terhadap perekonomian daerah karena proses produksinya membutuhkan skil yang tinggi sehingga menyebabkan *turn over* karyawan menjadi tinggi pula.

Dari sisi produk, bordir yang dihasilkan oleh sentra industri ini memiliki keunikan dan kekhasan yang tidak dimiliki oleh daerah lain sehingga menjadikan produk ini diminati oleh pasar. Keberhasilan industri ini tidak terlepas dari pengelolaan usaha yang baik dari segi keuangan, produksi, dan pemasarannya. Selain itu, dukungan teknologi khususnya dalam proses produksi menjadikan hasilnya berkualitas dan mampu menarik minat pasar. Hanya saja, produk dari industri ini tidak banyak memberikan kontribusi pada aspek ekonomi dan penterapan tenaga kerja.

Sentra yang menempati peringkat ketiga sebagai penghasil produk unggulan adalah sentra batik dengan perolehan nilai 84. Sentra ini memiliki keunggulan dari aspek penguasaan pasar, manajemen usaha dan unsur budaya. Secara umum, Batik Bondowoso sudah dikenal luas di Kawasan Jawa Timur karena motif dan kualitasnya. Bahkan pada 2019, utusan dari Kabupaten Bondowoso terpilih menjadi Duta Batik Jawa Timur. Salah satu aspek yang dinilai adalah penggunaan kostum batik yang berasal dari Bondowoso.

Batik Bondowoso ini juga memiliki nilai atau unsur sosial budaya yang kental sehingga menjadikan produk ini mudah dikenal secara luas. Di Desa Sumbersari dan Maesan terdapat sentra batik yang menghasilkan batik dengan motif klasik dan modern. Tipe batik ini pada dasarnya adalah batik yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan dinamika kebudayaan dan peradaban masyarakat setempat. Setiap goresan dalam motif batik ini mengandung makna yang tinggi berupa filosofi-filosofi hidup antara lingkungan dengan masyarakat maupun hubungan antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa. Nilai-nilai budaya semacam ini jika mampu dikomunikasikan dengan baik dan masif ke konsumen potensial akan mampu mempengaruhinya untuk membeli batik ini.

Hampir sama dengan sentra bordir, sentra batik ini memiliki skor yang rendah pada aspek penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap perekonomian. Untuk dapat memproduksi batik dengan motif-motif yang penuh nilai-nilai budaya tersebut tentu membutuhkan kesabaran, keuletan dan ketrampilan yang memadahi. Hal ini menyebabkan tidak banyak warga masyarakat yang tertarik untuk bekerja pada industri ini.

Pada posisi keempat, sentra industri yang mendapatkan nilai cukup tinggi adalah sentra besek atau bernyet dengan skor 81. Pada sentra ini memiliki keunggulan pada penyerapan tenaga kerja dan kontribusi pada perekonomian. Pada sentra ini pengrajin yang terlibat sekitar 3.000 orang dengan lebih dari 20.000 tenaga kerja yang terberdayakan yang tersebar di 20 sentra industri. Pada aspek tersebut, sentra ini mendapatkan skor yang besar karena keberadaanya menjadi salah satu sumber pendapatan masyarakat Bondowoso. Selain itu, pada sektor basis bahan baku juga memiliki skor yang tinggi karena bahan baku diperoleh dari petani bambu lokal dan produk ini termasuk ramah terhadap lingkungan.

Namun, pada aspek teknologi sentra industri ini memiliki nilai yang rendah karena proses produksinya dilakukan secara tradisional dengan memanfaatkan peralatan yang jauh dari sentuhan teknologi moderen. Pada aspek pengelolaan usaha, sentra ini masih banyak hal yang harus diperbaiki diantaranya mengenai pencatatan keuangan, perencanaan produksi, legalitas usaha, pengelolaan tenaga kerja yang ada dan pengembangan pasar.

Selain keempat sentra industri yang menghasilkan produk-produk unggulan tersebut, di Kabupaten Bondowoso masih terdapat beberapa komoditas-komoditas potensial yang dapat dikembangkan. Komoditas-komoditas potensial tersebut antara lain: kerajinan besi, batu bata, genteng, mebel, kuningan, tahu, keripik, gerabah dan kopi. Dari hasil pemeringkatan skor penentuan produk unggulan daerah Kabupaten Bondowoso, maka diperoleh produk tape sebagai komoditas unggulan yang layak dikembangkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah dan menjadi *icon* atau *brand* bagi daerah.

**Kesimpulan dan Saran**

 Dari hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sentra-sentra industri yang menghasilkan berbagai macam komoditas potensial yang layak disebut dan ditetapkan sebagai Produk Unggulan Daerah Kabupaten Bondowoso adalah tape. Produk tape ini dipilih karena paling mencerminkan dan memenuhi kriteria-kriteria sebagai produk unggulan sesuai dengan Permendagri Nomor 9 tahun 2014. Pada sisi internal sentra bisnis tape ini terlihat adanya stabilitas manajemen yang baik dari segi keuangan, produksi, dan sumber daya manusia. Dari sisi eksternal (integrasi kebelakang) menunjukkan adanya pemberdayaan masyarakat lokal dalam pemenuhan kebutuhan bahan baku. Sedangkan dari sisi integrasi kedepan yang berkaitan dengan distribusi dan penguasaan pasar juga menunjukkan kondisi yang baik dan terus berkembang.

Setelah diketahui dan ditetapkan bahwa tape menjadi produk unggulan daerah Kabupaten Bondowoso, maka pemerintah dan para pihak yang berkepentingan *(stakeholders)* perlu untuk mengembangkan dan mensosialisasikan tape sebagai *icon* atau *brand* dari Kabupaten Bondowoso. Mengingat wisatawan dari berbagai daerah bahkan mancanegara juga banyak yang berkunjung di obyek-obyek wisata Bondowoso. Selain itu, program dan kebijakan pemerintah daerah sebaiknya mengarah pada pengembangan tape sebagai sentra industri yang dapat dikelola dengan baik dan profesional. Langkah ini perlu untuk dilakukan agar memberikan *multiplier effects* bagi pertumbuhan ekonomi daerah karena sentra industri tape merupakan salah satu sumber andalan pendapatan masyarakat.

**Daftar Pustaka**

Ahmadjayadi, Cahyana, 2001. *Profil Produk Unggulan Daerah.* Kabupaten Purbalingga.

Alkadri, Muchdie, Suhandojo, 2001. *Tiga Pilar dalam Pengembangan Wilayah: Sumberdaya Alam, Sumberdaya Manusia, dan Teknologi,* Pustaka Utama: Jakarta.

Ambardi, U.M dan Socia, P. 2002. *Pengembangan Wilayah dan Otonomi Daerah.* Pusat Pengkajian Kebijakan Pengembangan Wilayah (P2KTPW-BPPT), Jakarta.

Donaher, E., & Lynes, J. (2017). Is Local Produce More Expensive? Challenging perceptions of price in local food systems. LOCAL ENVIRONMENT, 22(6), 746–763.

Hobohm, S. (2017). Small and Medium-Sized Enterprises in Economic Development: The UNIDO Experience. Retrieved from http://www.sesric.org: http://www.sesric.org/files/article/157.pdf

Husen, Sharifuddin, 2011. Pengaruh Pengeluaran Agregat dalam Mendorong Pertum-buhan Produk Domestik Bruto dan Implikasinya terhadap Kesejahteraan Sosial. *Ekonomi Pembangunan,* 12(1):130-158.

Indriani, Jesi dan Kuswoyo, Chandra, (2017). Pengaruh City Branding pada City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kabupaten Purwakarta. Jurnal Manajemen Maranatha, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha. ISSN 1411-9293 | e-ISSN 2579-4094., Volume 17, Nomor 1, November 2017, pp 41-52.

Karadag, H. (2016). The Role of SME’s and Entrepreneurship on Economic Growth in Emerging Economies within the Post-Crisis Era: an Analysis from Turkey. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development, 4(1), 22-31.*

McMillan, J.H. and Schumacher, S. (2001). *Research in Education.* New York: Longman, Inc.

Messely, L., Dessein, J., & Lauwers, a. L. (2009). Branding Regional Identity as a Driver for Rural Development. Serbia: Belgrad.

Nakagawa, R. (2012). The Policy Approach in Promoting Small and Medium Sized Enterprises in Japan. The International Business and Economic Research Journal, 11(10), 1087-1098.

Niskha, M., & Vesala, K. (2013). SME Policy Implementation as a Relational Challenge. Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal, 25(5-6), 521-540.

Oduntan, K. O. (2014). The Role of Small and Medium Enterprises in Economic Development: The Nigerian Experience. International Conference on Arts, Economics and Management (ICAEM'14) (pp. 75-78). Dubai: Internatonal Centre of Economics, Humanities and management.

Pantow, S. Palar, S. & Wauran, P. 2015. *Analisis Potensi Unggulan dan Daya Saing Sub Sektor Pertanian di Kabupaten Minahasa.* Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Vol 15(4).

Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah.

Rahmawati, J. dan N. L. (2015). Pengaruh City Branding terhadap Image of Urban Destination dan Dampaknya pada Post-Visit Behavior. *Trikonomika,* 14(1), 66–75.

Salisbury, K., Curtis, K., Pozo, V., & Durward, C. (2018). and, Is Local Produce Really More Expensive? A Comparison of Direct Market Conventional Grocery Produce Pricing. (49, Ed.) *Journal of Food Distribution Research(1),* 13-21.

Sambajee, P., & Dhomun, M. Z. (2015). Government and SME’s in the Maldives and Mauritius. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research,* 21(6), 778-795.

Schumann, F. (2016). One Village One Product (OVOP) One Village One Product (OVOP) Strategy and Workforce Development: Lessons for Small Islands and Rural Communities. *Pacific Asia Inquiry,* 7(1), 89-105.

Syafaat, N dan Supena Friyatno. 2000. Analisis Dampak Krisis Ekonomi Terhadap Kesempatan Kerja dan Identifikasi Komoditas Andalan Sektor Pertanian di Wilayah Sulawesi: Pendekatan Input-Output. *Ekonomi dan Keuangan Indonesia, Vol. XLVIII No.4.*

Takdir, Muhammad (2012). *Nasionalisme dalam Bingkai Pluralitas Bangsa: Paradigma Pembangunan & Kemandirian Bangsa.* Yogyakarta, Ar-Ruzz Media

Triharini, Meirina, Larasati, Dwinita & Susanto, R. (2014). Pendekatan One Village One Product (OVOP) untuk Mengembangkan Potensi Kerajinan Daerah Studi Kasus: Kerajinan Gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. *ITB J. Vis.* Art & Des, Vol. 6, No. 1, 2012, 28-41

Zalesko, E. (2017). Regional and Traditional Product As Instruments for Supporting the Economic Development of the Region (On the Example of the Podlaskie Voivodeship). *Polityka Ekonomiczna (487), 341-352.*