

PENGUATAN KLASTER INDUSTRI BATIK MENGGUNAKAN SELF-DEVELOPMENT STRATEGY DI KABUPATEN TUBAN

Dewi Prihatini

Fakultas Ekonomi Universitas Jember
(dewi_kawima@yahoo.com)

Abstract

The classical problems dealing with raw materials supply, technology applied, and business management still remain to happen in the business performance of batik industries. In order to overcome those problems, the batik entrepreneurs should employ a strategy which refers to self-propelled improvement of individual, organizational, and collective behaviors in the batik industry towards development of the quality of its products, services, and markets in an independent way, and also in building a strong network of cooperation and coordination among the local batik communities themselves and with other related agencies. The purpose of this paper is to study the functioning of self-development strategy for empowering the batik industry cluster, their benefits and costs, and obstacles they face in the development process. This study also determines the extent of business performance of batik enterprises in Tuban District. The population of the study was all batik industry business units of the selected areas. The respondents were determined by snowball sampling method in every area consisting of 84 businessmen in the batik industry. Aside from the secondary data, the primary data was collected by ethnographic (unstructured and semi-structured interviews, and direct observation) and participatory methods (key informant interviews). The relevant result is that this strategy therefore, is a key to promoting individual, organizational, collective capabilities, strong network, cooperation and coordination within the local batik industry communities themselves and together with other related agencies. The study successfully identified the personal attributes (socio-demographic and socio-psychological characteristics) of the batik entrepreneurs, determined the benefit and cost of the development strategy, as well as identified the obstacles encountered in the development process. Business performance was also carefully investigated along with the factors that possibly affect it.

Key words: Self-development Strategy, Business Performance, Batik Industry Cluster

PENDAHULUAN

Era globalisasi menyebabkan dunia industri di Indonesia mengalami derasnya arus masuk produk dari negara lain yang akan bersaing dengan produk dalam negeri. Di sisi lain permasalahan klasik terkait dengan pasokan bahan baku, teknologi terapan, dan manajemen usaha masih sering ditemui dalam performa bisnis di Indonesia, termasuk didalamnya yang terjadi di industri batik. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, para pengusaha batik harus menerapkan suatu strategi yang mampu mendorong pengusaha baik secara individu, organisasi, maupun perilaku kolektif masyarakat untuk melakukan perbaikan diri sendiri dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan pelayanan yang diberikan, serta perluasan akses pasar tanpa tergantung kepada bantuan pihak lain. Dengan demikian perlu untuk membangun jaringan usaha yang kuat diantara mereka sendiri, komunitas pengusaha lokal, maupun dengan lembaga terkait.

Oleh karena itu pemerintah berinisiatif memfasilitasi kegiatan yang mendorong pertumbuhan di sektor riil, salah satunya adalah dengan pembentukan klaster industri, termasuk diantaranya adalah klaster industri batik di Kabupaten Tuban, Propinsi Jawa Timur. Pembentukan klaster industri batik di Kabupaten Tuban didasarkan pada keyakinan bahwa pendekatan klaster dinilai strategis karena bersifat terintegrasi, meningkatkan daya saing dan lebih menguntungkan, tidak hanya dalam rangka efisiensi biaya tetapi juga bagi pengembangan ekonomi wilayah. Pengembangan/penguatan klaster industri merupakan alternatif pendekatan yang efektif untuk membangun keunggulan daya saing industri khususnya dan pembangunan daerah (*regional development*) pada umumnya. Namun demikian, klaster industri di Indonesia umumnya belum berkembang, namun masih potensial untuk dikembangkan. Merujuk pada kondisi klaster yang umum ada di Indonesia, maka klaster pemula yang sesuai untuk dibentuk adalah berawal dari sentra-sentra yang dihubungkan dengan pola klaster misalnya sentra bahan baku, sentra produksi, sentra pemasaran, dan faktor terkait lainnya.

Self-development strategy merupakan salah satu strategi yang diterapkan dalam penguatan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), khususnya bagi klaster industri batik di Kabupaten Tuban Propinsi Jawa Timur. Klaster industri batik dimaksud berpotensi untuk menciptakan lapangan kerja yang pada akhirnya mempunyai kontribusi positif dalam pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat. Sebagai sebuah strategi, *self-development* mengarah pada upaya berkelanjutan yang dilakukan oleh pelaku usaha industri batik itu sendiri dan lembaga-lembaga terkait dalam rangka peningkatan pengetahuan yang berkaitan dengan pengembangan usaha dan bagaimana mempertahankan kesuksesan yang telah dicapai. Upaya berkelanjutan tersebut diantaranya dengan cara menjadi klaster industri yang fleksibel dalam penyesuaian proses produksi utamanya di masa-masa krisis ekonomi serta memiliki ketergantungan yang kecil pada bahan baku import, sumber pendanaan kredit, dan permintaan pasar lokal.

TINJAUAN LITERATUR

Salah satu definisi klaster adalah upaya untuk mengelompokkan industri/usaha inti yang saling berhubungan, baik industri pendukung, industri terkait, jasa penunjang, infrastruktur ekonomi, penelitian, pelatihan, pendidikan, informasi, teknologi, sumber daya alam, serta lembaga-lembaga terkait. Unit usaha inti di dalam klaster diharapkan akan mendapatkan banyak keuntungan dengan berada di dalam klaster karena berbagai keunggulan klaster yang mungkin ia dapatkan seperti efisiensi kolektif (Schmitz, 1995) dan efisiensi pada biaya transaksi (Williamson, 1979). Tambunan (2000), Hamprey dan Schmitz (1995) mengemukakan bahwa penyediaan fasilitas dan pelayanan akan menjadi sangat mahal apabila diberikan pada usaha perorangan yang lokasinya tersebar.

Pendekatan klaster juga dinilai mampu menstimulasi inovasi melalui pertukaran pengalaman dan pengetahuan antar pelaku dalam hubungan hulu-hilir serta mampu memberikan kerangka untuk menghadapi tantangan globalisasi. Disamping itu klaster juga mendorong peningkatan keterkaitan sosial dan peningkatan keahlian masing-masing anggota klaster. Klaster juga dipandang sebagai salah satu cara untuk mengatur beberapa aktivitas pengembangan ekonomi. Liberalisasi perdagangan dan globalisasi ekonomi telah mendorong usaha mikro, kecil dan menengah yang berada dalam klaster industri batik di Kabupaten Tuban untuk mengembangkan kemampuan berwirausaha mereka secara mandiri sehingga para pelaku usaha tersebut dapat meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, efisiensi produksi, dan kemampuan manajerial untuk beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar, produk, dan teknologi. Terdapat lima konsep teoritis utama yang mendukung literatur tentang klaster industri, yaitu *external economies*, lingkungan inovasi, kerjasama-kompetisi (*cooperative competition*), persaingan antarindustri (*interfirm rivalry*), dan *path dependence* (Bergman dan Feser, 1998).

Sebagai sebuah strategi yang dapat digunakan untuk penguatan klaster industri, *self-development strategy* lebih merupakan suatu dorongan untuk menumbuhkan keyakinan kepada klaster industri dan lembaga terkait bahwa mereka mampu berkembang secara mandiri. Pengembangan yang dimaksud berkaitan dengan pendayagunaan sumber daya yang dimiliki baik di level individual, organisasi maupun perilaku kolektif masyarakat. Ketiga aspek tersebut (individual, organisasi, dan perilaku kolektif masyarakat) dapat dikembangkan melalui implementasi kebijakan-kebijakan yang memiliki dampak pada kelangsungan hidup dan pertumbuhan usaha industri batik yaitu meliputi peningkatan kemampuan manajemen organisasi, penempatan sumber daya manusia dan material sebagai suatu investasi vital, serta

penguatan kolektivitas masyarakat setempat (Green, et al., 1990). *Self-development strategy* mengajarkan kepada para pelaku usaha industri batik agar mampu secara mandiri membangun jaringan kerjasama usaha dan koordinasi yang kuat diantara mereka dalam satu kluster industri batik maupun dengan organisasi/lembaga terkait. Pendekatan ini lebih mudah untuk diterapkan karena yang dibutuhkan adalah peningkatan kapabilitas personal pemilik usaha batik, manajemen usaha sebagai sebuah organisasi, dan partisipasi masyarakat. Dengan pertimbangan-pertimbangan tersebut maka secara teoritis penerapan *self-development strategy* lebih sesuai untuk diterapkan di kluster industri. Studi ini menggunakan *self-development strategy* sebagai pendekatan teoritis untuk penguatan kluster industri batik di Kabupaten Tuban agar memiliki keunggulan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai penerapan *self-development strategy* dalam penguatan kluster industri batik di Kabupaten Tuban ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data primer dikumpulkan dengan metode *ethnographic* (wawancara terstruktur dan tidak terstruktur dikombinasikan dengan metode observasi langsung) dan *in-depth interviews* (*focus group discussions* dan *key informant interviews*). Kantor Dinas Perindustrian Kabupaten Tuban juga membantu menyediakan data historis program pemberdayaan usaha batik, perkembangan produksi, dan kondisi sosial ekonomi masyarakat pengusaha batik di wilayah tersebut. Sebagai tambahan, wawancara informal dilakukan pula terhadap pejabat di instansi terkait, lembaga keuangan, lembaga diklat, dan asosiasi bisnis. Data sekunder seperti laporan rutin, hasil evaluasi, dan dokumen penting lainnya dikumpulkan dari data yang ada di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang ada di propinsi dan kabupaten. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif meliputi frekuensi, persentase, rata-rata, standard deviasi, dan interval.

Pemilihan kluster industri batik di Kabupaten Tuban sebagai lokasi penelitian dikarenakan keunikan yang dimiliki kluster tersebut dibandingkan dengan sentra industri batik yang lain. Keunikan yang dimaksud meliputi tiga karakteristik yaitu adanya (1) keterlibatan pemerintah daerah; (2) investasi yang signifikan pada sumberdaya vital (walaupun tidak berarti melarang untuk menggunakan sumberdaya dari luar wilayah); dan (3) pengawasan terhadap kegiatan usaha sebagai bagian dari pelaksanaan strategi peningkatan kemandirian usaha yang telah diperkenalkan.

Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Sebanyak 84 pengusaha batik dari empat kecamatan (Kerek, Semanding, Palang dan Tuban) terpilih sebagai responden, 40 responden masuk kategori industri kecil dan 44 responden merupakan pengusaha mikro. Distribusi sampel penelitian dari masing-masing kecamatan ditunjukkan pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Distribusi sampel penelitian

Kecamatan	MIKRO		KECIL		TOTAL	
	n	%	n	%	n	%
Tuban	8	18.18	8	20	16	19.05
Kerek	20	45.46	16	40	36	42.86
Semanding	8	18.18	10	25	18	21.43
Palang	8	18.18	6	15	14	16.66
Total	44	100	40	100	84	100

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kluster Industri Batik di Kabupaten Tuban

Batik merupakan salah satu produk unggulan Kabupaten Tuban karena memiliki kekhasan tersendiri yaitu tingginya nilai estetik yang ditampilkan, juga kandungan nilai budaya yang tampak jelas. Kabupaten Tuban dikenal dengan batik gedog-nya. Batik gedog merupakan satu-satunya batik di Indonesia yang paling khas dan unik. Proses pembatikannya dimulai dari bahan kain yang digunakan

untuk membatik, dipintal langsung dari kapas. Jadi gulungan kapas dipintal menjadi benang, lalu ditenun, dan setelah jadi selembar kain lalu dibatik. Batik ini kemudian disebut Batik Gedog. Gedog diambil dari bunyi "dog-dog" yang berasal dari alat menenun batik. Perajin batik di Tuban, turun temurun membatik pada kain tenun. Proses pembuatan batik gedog Tuban butuh waktu sekitar tiga bulan karena harus melewati proses panjang mulai dari memintal benang, menenun, membatik dan pewarnaan dengan bahan alami. Metode pembuatannya masih menggunakan cara-cara tradisional dan usahanya masih berskala industri rumahan.

Meskipun batik Tuban telah berhasil memasuki pasar internasional, hal tersebut bukan merupakan inisiatif dari para pengusaha lokal tetapi dilakukan oleh para pedagang dan eksportir diluar komunitas masyarakat penghasil batik. Di sisi lain, masih banyak konsumen diluar Kabupaten Tuban yang tidak mengetahui bahwa batik yang mereka beli diproduksi dan didesain oleh para pengrajin batik dari Kabupaten Tuban.

Data sekunder dari Kantor Dinas Perekonomian dan Pariwisata Bidang Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tuban menunjukkan bahwa terdapat 12 sentra industri batik yang tersebar di 12 desa di Kabupaten Tuban. Berdasarkan data tersebut, pengrajin batik terbesar berada di Kec. Kerek yaitu 215 pengrajin yang terdapat di Ds. Gaji, Ds. Jatirejo, Ds. Margorejo, Ds. Karanglo, Ds. Kedungrejo seperti terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Sentra Industri Batik di Kabupaten Tuban Tahun 2010

No.	NAMA SENTRA	DESA	KECAMATAN	JUMLAH PENGRAJIN
1.	Batik Gedog	Ds. Gaji	Kerek	54
2.	Batik Gedog	Ds. Jarorejo	Kerek	24
3.	Batik Tulis	Ds. Karang	Semanding	55
4.	Batik Tulis	Ds. Gesikharjo	Palang	40
5.	Batik Tulis	Ds. Sumurgung	Tuban	59
6.	Batik Tulis	Ds. Margorejo	Kerek	109
7.	Batik Tulis	Ds. Prunggahan	Semanding	23
8.	Batik Tulis	Ds. Karanglo	Kerek	20
9.	Batik Tulis	Ds. Semanding	Semanding	18
10.	Batik Tulis	Ds. Kedungrejo	Kerek	8
11.	Batik Tulis	Ds. Sugiharjo	Tuban	20
12.	Batik Tulis	Ds. Bejagung	Tuban	20

Sumber: Dinas Perekonomian dan Pariwisata Bidang Perindag Kab. Tuban 2010

Meskipun industri batik Tuban didominasi oleh usaha kecil dan mikro, industri batik ini telah lama memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap perekonomian di Kabupaten Tuban. Namun demikian, bukan berarti industri ini tidak menghadapi permasalahan serius berkaitan dengan peningkatan produktivitas usaha. Kondisi ini membutuhkan perhatian khusus karena berhubungan dengan peningkatan kesejahteraan para pelaku usaha dan seluruh pengrajin yang hidupnya bergantung pada industri batik ini. Sekelompok masyarakat pelaku usaha batik yang lebih terbuka dan maju dapat dicapai melalui perluasan akses informasi pasar, pengetahuan akan teknik membatik yang mutakhir, pengurangan ketergantungan pada bahan baku import, pasar lokal, dan pembiayaan dari kredit. Pada saat itulah dibutuhkan strategi *self-development* yang mencakup pemberdayaan di seluruh level individu, organisasi, dan aktivitas kolektif yang mengajarkan pengusaha batik agar mampu meningkatkan kualitas produk, layanan jasa, dan pangsa pasar secara mandiri.

Mayoritas usaha mikro dan kecil yang ada dalam sentra atau kluster industri batik di Kabupaten Tuban memiliki kesamaan seperti kebanyakan UKM yang ada di Indonesia, seperti dijelaskan oleh Kyermaten (1993:6):

1. Usaha mikro dan kecil penghasil batik rata-rata merupakan usaha keluarga, didirikan dengan mengandalkan modal patungan dari kawan dekat atau sanak keluarga.

2. Pemilik usaha dan pengelola (pihak manajemen) seringkali merupakan orang yang sama (satu orang) sehingga memiliki kekuasaan absolut dan kontrol atas semua isu terkait dengan aktivitas bisnis.
3. Kekayaan pribadi dan keluarga menjadi satu-satunya sumber modal sendiri, dan sebaliknya nilai kreditnya rendah sehingga menghambat pengembangan usaha.
4. Kompetensi manajerial pada umumnya belum dianggap sebagai sesuatu yang penting bagi pemilik usaha dan hanya berdasarkan inisiatif dan ketrampilan yang dimiliki.
5. Teknologi yang digunakan kebanyakan masih tradisional, kurang efisien, dan pemanfaatannya juga masih belum maksimal.
6. Sebagian besar pengusaha batik hanya memproduksi untuk pemenuhan pasar lokal; sangat jarang yang berorientasi ekspor.
7. Akses terhadap fasilitas kredit dari lembaga keuangan sangat terbatas.

Tabel 3. Karakteristik sosial ekonomi responden di masing-masing skala usaha industri batik di Kabupaten Tuban

Karakteristik	Skala Usaha				Total (N = 84)	
	Mikro (n = 44)		Kecil (n = 40)		No.	%
	No.	%	No.	%		
Usia responden (tahun)						
Dibawah 30	7	15.9	1	2.5	8	9.5
31 – 40	27	61.4	26	65.0	53	63.1
41 – 50	9	20.5	11	27.5	20	23.8
Diatas 50	1	2.3	2	5.0	3	3.6
Rata-rata	36.18		38.67		37.37	
Jenis Kelamin						
Perempuan	41	93.2	28	70.0	69	82.1
Laki-laki	3	6.8	12	30.0	15	17.9
Tingkat Pendidikan (lama tahun)						
Tidak sekolah (0)	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Sekolah Dasar (1 - 6)	18	40.9	11	27.5	30	35.7
SMP (7 – 9)	20	45.5	9	22.5	29	34.5
SMA (10 – 12)	5	11.4	16	40.0	21	25.0
Universitas (13 – 16)	1	2.3	4	10.0	4	4.8
Rata-rata	8.00		10.00		8.95	
Pengalaman dalam Organisasi Masyarakat						
Tidak pernah bergabung	8	18.2	7	17.5	15	17.8
Kurang dari 1 tahun	7	15.9	5	12.5	12	14.3
1 – 2 tahun	21	47.7	15	37.5	36	42.9
3 – 4 tahun	4	9.1	8	20.0	12	14.3
Lebih dari 5 tahun	4	9.1	5	12.5	9	10.7
Rata-rata	1.77		1.98		1.87	
Pengalaman Usaha (tahun)						
Kurang dari 5 tahun	0	0.0	0	0.0	0	0.0
5 – 10 tahun	25	56.8	17	42.5	42	50.0
11 – 15 tahun	9	20.5	13	32.5	22	26.2
Lebih dari 15 tahun	10	22.7	10	25.0	20	23.8
Rata-rata	11.43		12.80		12.08	

Sumber: Data diolah

Melihat data pada Tabel 2 diatas, mayoritas responden penelitian yaitu 63,10 persen berada pada usia produktif (31 – 40 tahun) dan hanya 3,6 persen yang berusia diatas 50 tahun. Pada usaha kerajinan batik ini, peran perempuan sangat dominan dengan 82,1 persen dibanding laki-laki yang hanya 17,9 persen. Dalam hal latar belakang pendidikan formal, rata-rata responden hanya mengenyam sampai kelas 2 Sekolah Menengah Pertama (SMP). Dari sisi kemampuan organisasi, hanya seperempat responden (25 persen) yang memiliki pengalaman organisasi lebih dari 3 tahun, sedangkan dalam hal pengalaman usaha, rata-rata telah menggeluti usaha produksi batik ini selama 12 tahun. Kondisi inilah yang menyebabkan para pelaku usaha lebih mengedepankan pengalaman dan pengetahuan membuat batik yang diperoleh secara turun temurun namun lemah dalam hal pengelolaan usaha. Secara umum untuk semua karakteristik yang diteliti, industri batik berskala kecil memiliki kondisi sosial ekonomi yang lebih baik dibanding skala usaha mikro.

Kontribusi, kerugian, dan kendala yang muncul dalam penerapan strategi *self-development* dapat dijelaskan pada Tabel 3 dibawah ini.

Tabel 4. Profil kontribusi, kerugian, dan kendala dalam penerapan *self-development strategy* di masing-masing skala usaha industri batik di Kabupaten Tuban

Variabel	Skala Usaha				Total (N = 84)	
	Mikro (n = 44)		Kecil (n = 40)		No.	%
	No.	%	No.	%		
Kontribusi						
Tinggi (> 22)	14	31.8	9	22.5	23	27.4
Moderat (14 - 22)	30	68.2	31	77.5	61	72.6
Rendah (< 14)	0	0	0	0	0	0
Rata-rata	21.93		21.18		21.57	
Kerugian						
Tinggi (> 18.34)	14	31.8	10	25.0	24	28.6
Moderat (11.67 – 18.34)	30	68.2	29	72.5	59	70.2
Rendah (< 11.67)	0	0	1	2.5	1	1.2
Rata-rata	17.66		14.18		17.17	
Kendala						
Keterbatasan akses kredit	14	31.8	17	42.5	31	36.9
Permintaan yang tidak ada atau tidak stabil	11	25.0	12	30.0	23	27.4
Kapabilitas manajerial yang kurang	11	25.0	6	15.0	17	20.2
Tenaga kerja dengan <i>skill</i> rendah	8	18.2	5	12.5	13	15.5

Sumber: Data diolah

Penerapan *self-development strategy* pada klaster industri batik telah menyebabkan sebanyak 72,6 persen usaha batik di Kabupaten Tuban mampu memberikan kontribusi yang moderat (layak) bagi pembangunan ekonomi wilayah, dan baru 27,4 persen saja yang sudah memiliki kontribusi tinggi. Kontribusi yang dimaksud antara lain penciptaan lapangan kerja baru, terbukanya kesempatan untuk melanjutkan pendidikan formal, akses kesehatan yang lebih baik, peningkatan nutrisi keluarga, kemampuan pengambilan keputusan, dan berpotensi untuk menambah pendapatan keluarga serta ekonomi lokal.

Selain memberikan kontribusi positif, penerapan *self-development strategy* juga memiliki dampak negatif yang menyebabkan kerugian, diantaranya dalam hal bertambahnya kebutuhan layanan dari pemerintah dan penurunan penerimaan negara yang disebabkan karena penurunan pajak atau bunga pinjaman. Kerugian lain juga muncul seperti pencemaran air sebagai dampak dari proses pewarnaan kain batik dan berubahnya orientasi pekerjaan dari sektor pertanian ke industri batik dimana sangat sedikit para generasi muda yang mau terjun untuk menjalankan usaha pertanian sehingga ketahanan pangan di Kabupaten Tuban menjadi taruhannya. Dari beberapa kendala yang teridentifikasi, keterbatasan akses kredit dari lembaga keuangan menduduki posisi teratas (36,9 persen) walaupun kendala yang lain seperti permintaan yang tidak ada atau tidak stabil, kapabilitas manajerial yang kurang, dan tenaga kerja dengan *skill* rendah juga perlu mendapatkan perhatian pemerintah dan pihak-pihak terkait seperti Universitas Jember selaku lembaga riset.

KESIMPULAN

Sebagai bagian dari proses pengembangan, *self-development strategies* fokus pada penguatan kemampuan individual, organisasi, dan kolektivitas masyarakat pengusaha batik. Strategi ini juga mencakup pengembangan kerjasama dan jaringan usaha diantara seluruh lembaga terkait termasuk diantaranya lembaga pemerintah, LSM, lembaga keuangan, universitas, dan sektor swasta lainnya. Studi ini berhasil mengidentifikasi faktor sosial ekonomi yang ada di klaster industri batik, kontribusi positif yang mampu dihasilkan dan pada saat yang sama dampak negatif yang muncul, serta kendala-kendala utama yang menghambat proses pengembangan klaster industri batik di Kabupaten Tuban.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka beberapa hal berikut dapat dilakukan untuk mengurangi kegagalan program pengembangan klaster industri di Kabupaten Tuban, antara lain: pada saat akan membangun klaster industri batik sebaiknya terlebih dahulu membuka jaringan kontak yang luas mulai dari *stakeholder* hulu hingga hilir, sehingga kelompok/sentra industri yang relevan mampu membuat identifikasi, prioritas, dan strategi pengembangan klaster secara sistematis. Pembuatan peta potensi wilayah sekitar Kabupaten Tuban dan Jawa Timur perlu dilakukan, sehingga ada alternatif apakah pembangunan industri pendukung perlu dan harus dilakukan sendiri, atau lebih efisien dengan mengambil pasokan input dari wilayah kabupaten sekitarnya. Dengan demikian, konsep yang terpenting dari penguatan klaster industri batik ini adalah bagaimana supaya perputaran uang yang berhubungan dengan input dan output produksi tersebut lebih mengefisienkan penggunaan produksi dalam negeri sebagaimana kerjasama antara Meneg BUMN dan Menaker yang mewajibkan BUMN untuk memprioritaskan produksi dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, A., E. Rodrigus, dan H. Sandee. 2001. *Small and medium enterprise dynamics in Indonesia*. Bulletin of Indonesian Economic Studies. 363-384.
- Burch, M., P. Hogwood dan S. Bulman. 2003. *Institutions in a development UK: Charting Routine and Radical Change*. Annual Workshop of the ECPR. Edinburgh.
- Humprey, J. and H. Schmitz 1995. *Principle for promoting clusters and network of SMEs*. Paper Commissioned by Small and Medium Enterprise Branch. Institute of Development Studies. University of Sussex. Brighton.
- Schmitz, H., 1995. "Collective Efficiency: Growth Path for Small-Scale Industry." *Journal of Development Studies*, Vol 31, No. 4, p. 529-566.
- Tambunan, Tulus T.H. 2000. *Development of small-scale industries during the new order government in Indonesia*. Aldershot: Ashgate Publishing.
- Williamson, O.E., 1979. "Transaction Cost Economics: The Governance of Contractual Relations." *Journal of Law and Economics*, Vol. 22, p. 233-261.