

ABSTRAK

Tujuan – Daya saing UMKM yang lemah, mendorong agar dibuat upaya yang cepat untuk meningkatkan pemberdayaan sumber-sumber ekonomi lokal serta peningkatan penyediaan lapangan kerja, yang pada akhirnya menurunkan angka kemiskinan. Penelitian ini ditujukan untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Design/methodology/approach – Alat analisis kuantitatif untuk perhitungan-perhitungan yang bersifat kuantitatif seperti melakukan prediksi atas fenomena-fenomena ekonomi yang terjadi, dan mendeteksi lingkungan usaha untuk pengembangan ekonomi kerakyatan

Temuan – Pertambahan unit usaha baru di Kota Padang pada tahun 2015 mengindikasikan bahwa inovasi produk memiliki prospek yang cukup potensial dalam perkembangan sektor industri kecil di Kota Padang.

Research limitations/implications –

Originality/value –

Keywords:

PENDAHULUAN

Kebijakan menumbuhkembangkan wirausaha baru merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari tujuan yang akan dicapai dari penguatan ekonomi kerakyatan sebagaimana diamanatkan oleh konstitusi Pasal 33 UUD 45 mengenai perwujudan: “tata ekonomi yang disusun sebagai usaha bersama beraskan kekeluargaan yang menjamin keadilan dan kemakmuran bagi seluruh rakyat Indonesia” (pasal 33 ayat 1 UUD 45); “cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup rakyat banyak dikuasai Negara” (pasal 33 ayat 2 UUD 45); amanat bahwa tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak” (pasal 27 ayat 2 UUD 45).

Jika dicermati dari banyak pendapat para ahli ternyata kebijakan “menumbuhkembangkan wirausaha baru sangat terkait dengan aspek industrialisasi”. R. Genarme (1981), J.F. Floriot (1977), James M. Utterback (1981), WW Rostow (1992), dll, misalnya memiliki pendapat yang hampir identik bahwa industrialisasi adalah suatu proses terjadinya transformasi struktural sosio-teknologi-ekonomi masyarakat yang melahirkan sumber daya manusia (masyarakat) inovatif dan kreatif berorientasi pada peningkatan dan pengembangan nilai tambah produk-produk dan jasa-jasa terkait, proses produksi, organisasi usaha, jaringan pemasaran dan seterusnya untuk tujuan ekspor dan substitusi impor.

Dengan demikian maka menumbuhkembangkan usahawan baru di Kota Padang adalah identik dengan mendorong terjadinya industrialisasi dalam rangka “meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pengembangan ekonomi kerakyatan”, ini terkait dengan Misi ke empat dari 6 Misi RPJM (2014-2019) Kota Padang. Berbicara tentang ekonomi kerakyatan berarti membicarakan ekonomi individu masyarakat, dan sangat terkait dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam arti umum

maupun Usaha Industri Kecil dan Menengah (UIKM) dalam arti khusus. Persoalan umum ekonomi kerakyatan di Kota Padang adalah terdapatnya indikasi terjadinya pengangguran tidak kentara (*disguised unemployment*) yang masih cukup besar, masih lemahnya kemampuan produksi dan kurangnya produktivitas individu atau Sumber Daya Manusia (SDM), dan masih relatif tingginya tingkat kemiskinan.

Rendahnya produktivitas individu

Produktivitas dalam arti ekonomi adalah hasil (Output) yang dicapai oleh seorang pekerja atau unit faktor produksi dalam jangka waktu tertentu dalam perbandingannya dengan jumlah segala biaya dan pengorbanan yang diperlukan (*invested resources*).

Sekarang dan yang akan datang kalau mau memenangkan persaingan. Hal yang dibutuhkan adalah kemampuan menciptakan peluang pasar sendiri atau dengan kata lain “*the capacity to manage the competition*”. Ini tentu tidak terlepas dari kemampuan dan keterampilan yang tinggi bagi SDM dalam membuat produk-produk baru dan jasa-jasa terkait, terutama yang lebih spesifik, berbeda dari pesaing serta memiliki kualitas surplus dan bernilai tambah tinggi (*surplus quality and highly value added product*). Persoalan yang sedang dihadapi sekarang oleh SDM Indonesia, termasuk bagi mereka yang berdomisili di Kota Padang adalah masih rendahnya produktivitas dan masih rendahnya kemampuan berinovasi. Hal ini disebabkan karena masih lemah dalam penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dalam arti umum dan penguasaan teknologi produk dan jasa-jasa terkait dalam arti khusus.

Lemahnya produktivitas SDM terlihat dalam kehidupan sehari-hari, dimana tidak sedikit waktu dalam kurun satu hari bagi penduduk di daerah yang terbuang begitu saja, tidak sedikit pula lahan yang tersisa, tidak/kurang didayagunakan, cukup banyak pula kapasitas pribadi yang terbuang setiap hari (dari pagi sampai malam), tidak sedikit pula yang berketerampilan kurang dimanfaatkan dan berdayaguna lebih produktif.

Kemiskinan

Kemiskinan yang bersifat permanen akhirnya akan menggerogoti dan menjadi beban yang tidak produktif bagi APBN dan APBD, yang selanjutnya akan mengkerdalkan pertumbuhan sektor real. Namun, hal yang perlu dirisaukan adalah jika terjadi “kemiskinan yang berkepanjangan” karena hal tersebut dapat menjadi sumber keterbelakangan penduduk, perpecahan dan krisis sosial, yang pada akhirnya membangkrutkan kehidupan bernagari, berbangsa, dan bernegara. Walaupun dari segi ranking jumlah penduduk miskin di Kota Padang berada pada posisi nomor 17 dibandingkan dengan Kabupaten/Kota se wilayah Sumatera Barat, namun Kota Padang dapat dikatakan masih relatif banyak memiliki penduduk miskin sekitar 5 % pada tahun 2013 atau sekitar 43 ribu orang. Persoalan kemiskinan dapat menyebabkan membanjirnya pengemis, prostitusi, pekerja dibawah umur, rumah-rumah kumuh, tempat-tempat tinggal yang ilegal, tingginya tingkat kriminalitas, meningkatnya jumlah orang dari nagari-nagari atau desa-desa pindah ke kota-kota karena tidak bisa mencari penghidupan di daerahnya sendiri. Kemiskinan juga menyebabkan tingginya tingkat kematian anak maupun orang dewasa, dan seterusnya.

LITERATURE REVIEW

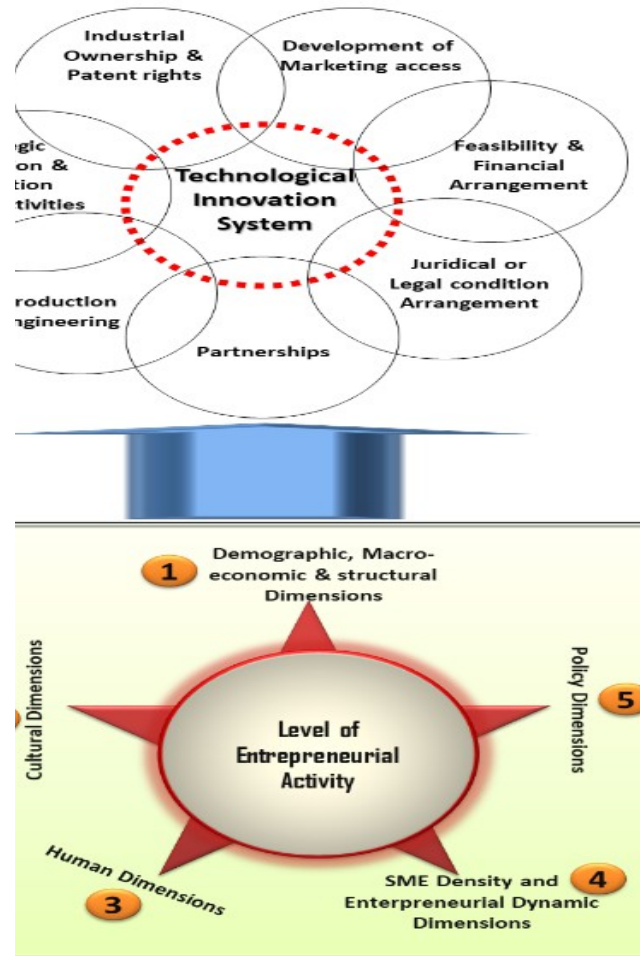
Inovasi dalam pengertian umum merupakan suatu usaha perubahan yang dilakukan baik oleh perusahaan dalam lingkungan bisnis, daerah, ataupun negara untuk

menuju kearah perbaikan, berbeda dari yang ada sebelumnya, dan dilakukan dengan sengaja dan berencana, atau tidak terjadi secara kebetulan.

Bagi pemerintah suatu daerah, inovasi merupakan sumber perbaikan dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi dimana secara ekonomi menjadi kata kunci untuk meningkatkan daya saing daerah. Untuk saat ini peningkatan daya saing daerah melalui berbagai inovasi baik inovasi proses produksi maupun inovasi produk sebagai wadah pengembangan industri kecil dan menengah dapat dikatakan bukan lagi menjadi sesuatu yang eksklusif tetapi sudah bersifat kebutuhan dasar daerah untuk meningkatkan daya saing. Keterbukaan perekonomian negara terhadap negara lain baik secara global maupun regional seperti Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) di lingkungan regional Asia Tenggara memiliki konsekuensi kesiapan daerah terhadap peningkatan daya saing daerahnya sehingga daerah dapat bersaing dengan daerah lainnya di Indonesia, negara lainnya di ASEAN, maupun mampu menembus pasar dunia.

Secara umum, inovasi produk merupakan suatu ide baru yang dikembangkan dari ide yang sudah ada sebelumnya sehingga ide baru tersebut dapat berbeda dengan ide yang sudah ada sebelumnya tersebut. Secara rinci, inovasi produk meliputi gagasan-gagasan dalam meningkatkan dan menawarkan produk-produk yang inovatif seperti perubahan dalam kemasan produk yang lebih inovatif, keragaman ukuran produk yang lebih inovatif, mengubah maupun membangun proses produksi menjadi lebih efisien, membuat saluran distribusi produk yang lebih sederhana, dan membuat organisasi manajemen pengelolaan yang lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan kondisi lingkungan organisasi. Perhatikan **Skema 2.1**.

: **Chain System of Technological Innovation and Level of Entrepreneurial Activity**



Lundstrom, et.al, Entrepreneurship policy, theory and
7

Pemahaman inovasi produk pada hakikatnya mengandung tiga indikator penting yang memuat tentang apa yang harus dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mengembangkan industri kecil serta meningkatkan daya saing pelaku usaha di sektor industri kecil tersebut, yaitu:

1. Perluasan lini (**line extensions**) yaitu inovasi produk dimana produk yang dihasilkan perusahaan tidaklah benar-benar baru tetapi relatif baru untuk sebuah pasar. Inovasi produk semacam ini membutuhkan kreativitas atau jiwa entrepreneur pelaku usaha untuk mendiferensiasikan atau membedakan produknya dengan produk yang telah ada sehingga bisa menciptakan pasar baru. Terciptanya pasar baru membangkitkan kreativitas pelaku usaha lain dalam mengembangkan produk yang dihasilkannya.
2. Produk baru (**me too – product**) yaitu inovasi produk dimana produk yang dihasilkan adalah produk baru bagi perusahaan tetapi tidak baru bagi pasar. Dalam hal ini, inovasi produk akan menghasilkan brand-brand atau merek-merek baru dengan kekuatan dan spesifikasi produk yang berbeda dengan produk sejenis yang telah ada dalam pasar untuk bisa bersaing dengan pelaku bisnis lainnya dalam pasar.

3. Produk benar-benar baru (*new – to – the – world - product*) adalah inovasi produk dimana produk yang dihasilkan termasuk produk baru baik bagi perusahaan maupun pasar.

Berdasarkan pengertian diatas, inovasi produk merupakan strategi penting bagi suatu daerah untuk mengembangkan industri kecil. Dalam konteks ini, kreativitas dan inovatif pelaku bisnis untuk mengembangkan ide-ide baru merupakan kunci utama bagi pelaku bisnis industri kecil dalam memenangkan persaingan pasar atau menangkap pasar baru. Disisi lain, kreativitas dan jiwa inovatif pelaku bisnis skala kecil merupakan komponen penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

OTDA (Otonomi Daerah) Meningkatkan Kemampuan Daerah Menghadapi Pasar Global

Globalisasi ekonomi atau keterbukaan ekonomi sepertinya tidak bisa dibendung lagi, malah semakin digandrungi oleh semua negara dan bangsa di dunia pada akhir-akhir ini. Ketertutupan ekonomi sebuah negara ternyata dari banyak hasil penelitian menunjukkan dampak yang negatif karena menimbulkan inefisiensi dalam segala cabang kegiatan ekonomi dalam negeri.

Dalam ekonomi makro terkenal dengan ekonomi tertutup (*closed economy*) dan ekonomi terbuka (*open economy*). Ekonomi yang tertutup adalah pola ekonomi suatu negara atau daerah yang tidak ada hubungan ekonomi dengan negara atau daerah lain, tetapi ekonomi yang terbuka adalah aktivitas ekonomi suatu negara atau daerah yang memberi peran besar terhadap ekonomi negara atau daerah lain.

Semakin besar kontribusi kegiatan ekonomi suatu atau beberapa negara/daerah terhadap negara/daerah lainnya dan sebaliknya menunjukkan tingkat keterbukaan perekonomian tersebut semakin besar dan kekuatan pasar bekerja semakin bebas (*no barriers to entry*). Dengan demikian, kebijakan pembangunan Kota Padang tidak bisa berdiri sendiri, pengaruh dinamika ekonomi wilayah sekitarnya diminta atau tidak diminta dengan sendirinya akan memberikan warna terhadap pola kegiatan ekonomi di Kota Padang, begitu pula sebaliknya apa yang terjadi di Kota Padang akan memberi pengaruh ke wilayah sekitarnya. Oleh sebab itu, kesuksesan Kota Padang ditandai dengan keberhasilannya menciptakan daya tarik tersendiri sehingga bisa berperan sebagai "*engine and center of growth*" bagi daerah kawasannya dan wilayah sekitarnya.

Keterbukaan ekonomi Sekarang dan yang akan datang telah membuat jumlah negara yang memasuki era industrialisasi semakin bertambah sehingga persaingan makin tajam. Untuk meraih kesuksesan, kebijaksanaan mesti mengacu kepada tindakan yang dapat menciptakan peluang pasar sendiri. Inovasi produk dan jasa-jasa terkait dalam hal ini menjadi

sesuatu yang sangat penting dan sangat mungkin distimulasi dalam era otonomi yang sedang dikembangkan di tanah air dewasa ini. Kondisi yang demikian sangat diperlukan dalam usaha

membuka lapangan kerja yang lebih produktif, dan membangun iklim persaingan yang lebih efisien, yang pada akhirnya tentu mendorong percepatan pembangunan di daerah untuk kesejahteraan rakyat banyak.

Pasar akan terus semakin terbuka, pada tahun 2016 dengan dimulainya implementasi kebijakan "One Single Market of ASEAN" atau disebut juga dengan istilah Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Lihat Tabel 2.1. Dan pada tahun 2020 akan diberlakukan pula era perdagangan bebas antara negara-negara berkembang sedunia.

Tabel 2.1 : Empat (4) Pilar Kebijakan Masyarakat Ekonomi ASEAN



Sumber : ASEAN Annually Report, 2014



Sementara pada negara maju sudah semakin terlihat aktivitas ekonomi berjalan semakin terbuka dan kompetitif. Lihat perdagangan antar negara masyarakat Eropa yang tergolong dalam EU, hambatan perdagangan antar negara semakin berkurang, bahkan sudah memberlakukan mata uang bersama. Ada beberapa karakteristik perdagangan bebas yang perlu dicermati oleh setiap "policy makers" di semua tingkatan, yakni :

1. **Arus Capital dan Labor** keluar masuk antar negara tanpa hambatan (*barriers*), yang berupa tarif atau non tarif seperti kuota, dan larangan ekspor dan impor.
2. **Mobilitas sumber daya** dipengaruhi oleh tingkat pengembalian modal (*return of capital*) yang berupa suku bunga (*interest rate*) and tenaga kerja berupa upah (*wages*)".
3. **Mobilitas modal dan tenaga kerja**, biasanya diikuti dengan pergerakan oleh arus faktor produksi lain, barang dan jasa.
4. **Perdagangan bebas** cenderung menciptakan ekonomi makin efisien, karena daya saing produk ekspor dan impor ditentukan oleh "harga internasional".

Selain empat perubahan tersebut, era perdagangan bebas juga ditandai dengan perubahan budaya masyarakat yang statis kepada budaya dinamis sebagai akibat pengaruh berkembangnya komputerisasi, internet dan komunikasi satelit dan juga migrasi yang semakin cepat. Sebagai contoh tercermin dari semakin berkembangnya nilai-nilai budaya kesenian, bahasa dan pakaian dengan perubahan teknologi. Semua ini

menyebabkan persaingan pada pasar internasional dan pasar domestik dinamis dan menuju kepada persaingan sehat.

Dalam konsep pembangunan ekonomi khususnya dalam bidang perdagangan dan kegiatan ekspor dan impor, iklim era persaingan bebas sebetulnya merupakan tantangan dan juga kesempatan. Kondisi yang demikian ini adalah tantangan dan juga peluang bagi usaha menumbuhkembangkan wirausaha baru di Kota Padang. Dikatakan sebagai tantangan karena dengan diberlakukan kebijakan MEA maka berimplikasi terhadap pola persaingan. Dalam perdagangan antar negara yang diutamakan adalah keprofesionalisme, efisiensi, mutu atau kualitas, inovasi dan kreativitas atas usaha dan komoditi-komoditi yang diperdagangkan dalam pasar bersama tersebut.

Bila produk-produk Indonesia termasuk produk-produk buatan UIKM dan UMKM di Kota Padang misalnya jika bisa dibuat lebih berkualitas pada harga yang relatif murah dan bisa diproduksi secara massal dan berkelanjutan dengan sendirinya akan menguasai pasar, sebaliknya jika tidak mampu maka peluang pasar (*market share*) komoditi buatan UIKM dan UMKM dari Padang dengan sendirinya mengecil, artinya ekspor akan turun dan impor akan meningkat lebih cepat.

METODOLOGI

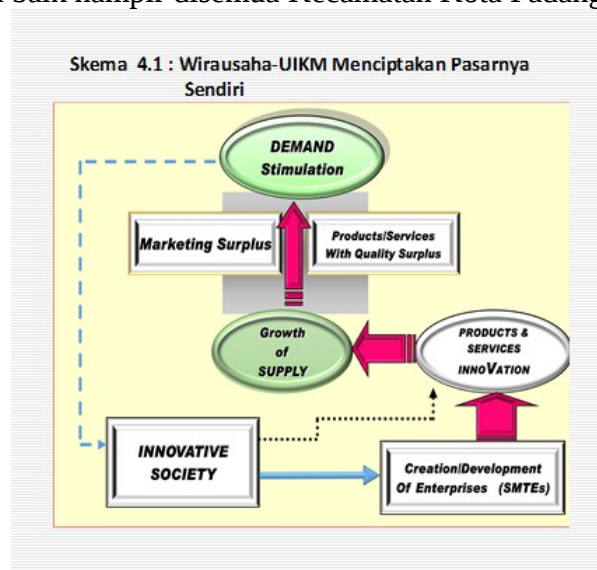
Alat analisis kuantitatif untuk perhitungan-perhitungan yang bersifat kuantitatif seperti melakukan prediksi atas fenomena-fenomena ekonomi yang terjadi, dan mendeteksi lingkungan usaha untuk pengembangan ekonomi kerakyatan. "*Industrial Engineering Analysis Model*" juga digunakan untuk memprediksi manfaat dari suatu investasi di lingkungan usaha ekonomi kerakyatan terhadap pendayagunaan sumber-sumber ekonomi lokal yang potensial. Data utama bersumber dari Dokumen Perencanaan yang sudah tersedia dalam RPJP dan RPJM Kota Padang yang diintegrasikan dengan RPJP dan RPJM Provinsi Sumatera Barat dan nasional. Dokumen ini sangat membantu dalam menemukan arahan dan kebijakan pembangunan serta program-program prioritas yang terkait dengan kebijakan pengembangan ekonomi kerakyatan, UMKM dan UIKM. Data yang disajikan oleh BPS, Bank Indonesia, BAPPEDA dan SKPD terkait lainnya di tingkat Provinsi dan Kota, juga merupakan data dan informasi yang digunakan untuk mendukung analisis. Data pendukung lainnya adalah yang bersumber dari makalah-makalah setiap narasumber, yang akan dikumpulkan pada saat Lokakarya, Seminar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis usaha sektor industri kecil pertanian dan perkebunan yang banyak berkembang di Kota Padang adalah jenis usaha yang menghasilkan produk-produk dalam bentuk industri kecil kuliner, industri kecil makanan ringan, dan industri kerajinan tangan. Industri-industri ini secara umum mengolah hasil-hasil pertanian dan perkebunan yang ada di Kota Padang maupun berasal dari Kabupaten/Kota tetangga atau Kabupaten/Kota lainnya di Sumatera Barat karena Kota Padang merupakan salah satu pasar bagi produk-produk pertanian dan perkebunan yang dihasilkan oleh Kabupaten/Kota di Sumatera Barat. Sementara itu, industri kecil yang berorientasi menghasilkan produk-produk primer pertanian, peternakan, dan perikanan dapat dikatakan relatif kecil di Kota Padang.

Selain sektor pertanian dan perkebunan, unit usaha skala kecil yang juga berkembang di Kota Padang adalah warung serba ada (Waserba) dan Jasa. **Tabel 4.1** menampilkan jumlah unit usaha baru berbagai sektor dalam industri Kecil di Kota Padang untuk tahun 2015. Secara umum, unit usaha baru yang berkembang lebih banyak di kecamatan-kecamatan Kota Padang adalah unit usaha dalam bentuk warung

serba ada (Waserba). Pada tahun 2015, jumlah warung serba ada atau waserba baru merupakan jumlah unit usaha yang bertambah lebih banyak hampir disemua kecamatan Kota Padang. Sementara itu, unit usaha kecil dalam bentuk jasa-jasa juga mengalami pertambahan relatif banyak di Kota Padang dimana pada tahun 2015, unit usaha ini bertambah sebanyak 298 unit usaha. Kecamatan yang mengalami pertambahan unit usaha jasa di Kota Padang adalah Kecamatan Lubuk Begalung dimana unit usaha jasa bertambah sebanyak 52 unit pada tahun 2015. Dengan kata lain, pertambahan ini menunjukkan bahwa Kecamatan Lubuk Begalung telah menjadi sentra unit usaha jasa di Kota Padang. Disamping itu, Kecamatan Pauh juga telah berkembang menjadi sentra unit usaha jasa di Kota Padang dengan pertambahan 42 unit usaha jasa pada tahun 2015. Pertambahan unit usaha ini di Kecamatan Pauh juga relatif besar dibandingkan dengan Kecamatan lainnya di Kota Padang. Walaupun demikian, unit usaha yang dapat dikategorikan sebagai unit usaha pengolahan berbagai input menjadi produk juga berkembang dengan baik hampir disemua Kecamatan Kota Padang.



Unit usaha kuliner yang merupakan unit usaha mengolah berbagai sumber daya pertanian, perikanan, dan peternakan menjadi produk-produk makanan seperti kue dan jajanan bercita rasa tradisional Sumatera Barat maupun cita rasa nasional adalah unit usaha yang berkembang relatif lebih besar di Kota Padang. Pada tahun 2015, jumlah unit usaha kuliner baru di Kota Padang mencapai 408 unit usaha. Kecamatan Lubuk Begalung merupakan kecamatan yang banyak tumbuh unit kuliner baru di Kota Padang dimana jumlah unit usaha kuliner baru di Lubuk Begalung bertambah menjadi 71 unit. Sedangkan Kecamatan Lubuk Kilangan merupakan kecamatan dimana unit usaha kuliner baru bertambah relatif lebih kecil dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kota Padang. Pada tahun 2015, jumlah unit usaha kuliner baru pada kecamatan ini hanya sekitar 17 unit usaha. Sementara, pertambahan unit usaha kuliner baru di kecamatan lainnya yang ada di Kota Padang berkisar antara 17 dan 71 unit usaha kuliner baru.

Unit usaha lain yang cukup bertambah dengan banyak di hampir semua kecamatan Kota Padang adalah unit usaha industri makanan ringan (IMR) seperti kue-kue kering yang bertahan dalam waktu lama dan pengolahan ubi menjadi kripik dalam berbagai rasa yang merupakan salah satu makanan terkenal di Kota Padang sebagai

oleh-oleh juga bertambah relatif banyak. Unit usaha ini bertambah sebanyak 287 unit usaha pada tahun 2015 dimana Kecamatan Padang Utara dan Kuranji merupakan dua kecamatan yang mengalami pertambahan terbanyak unit usaha industri makanan ringan dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kota Padang. Unit usaha makanan ringan baru di kedua kecamatan pada tahun 2015 adalah sebanyak 52 unit usaha. Sementara, jumlah unit usaha industri makanan ringan baru di Kecamatan Nanggalo dan Bungus relatif bertambah sedikit dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Pada tahun 2015, unit usaha industri makanan ringan baru pada kedua kecamatan ini hanya 5 unit usaha. Unit usaha lain dalam sektor industri kecil yang bertambah cukup banyak di Kota Padang adalah industri kerajinan tangan (IKT). Total pertambahan unit usaha kerajinan tangan pada tahun 2015 adalah sebanyak 102 unit usaha dimana pertambahan unit usaha kerajinan tangan baru di Kecamatan Kota Padang pada tahun 2015 bertambah antara 3 dan 28 unit usaha dengan ini bertambah pertambahan unit usaha kerajinan tangan yang terbesar di Kecamatan Lubuk Kilangan.

Melihat pertambahan unit usaha baru di Kota Padang pada tahun 2015 mengindikasikan bahwa inovasi produk memiliki prospek yang cukup potensial dalam perkembangan sektor industri kecil di Kota Padang. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa pertambahan unit usaha kecil terutama unit usaha kuliner, industri makanan ringan, dan industri kerajinan membutuhkan kreativitas pelaku usaha kecil untuk mendiferensiasikan atau membedakan produk yang dihasilkannya dengan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha sejenis lainnya agar bisa memasuki pasar sehingga produk yang diproduksinya dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya di Kota Padang.

Tabel 4.1: Jumlah Unit Usaha Baru Industri Kecil Kota Padang Tahun 2015

NO	KECAMATAN	UNIT USAHA BARU							TOTAL PER KEC.	
		KUL.	IMR	IKT	WASERBA	JASA	PERTANIAN	PERIKANAN		PETERNAKAN
1	Padang Barat	29	19	3	98	20	0	0	0	169
2	Padang Timur	53	13	5	83	36	1	1	1	193
3	Padang Selatan	56	35	7	102	26	1	0	0	127
4	Padang Utara	22	52	6	39	16	0	0	1	136
5	Koto Tengah	37	25	3	122	31	1	8	3	230
6	Lubuk Begalung	71	36	18	158	52	0	0	0	335
7	Pauh	28	22	11	66	42	4	3	4	180
8	Lubuk Kilangan	17	23	28	27	22	6	10	0	133
9	Kuranji	23	52	11	62	17	4	1	6	176
10	Nanggalo	34	5	6	52	17	3	0	0	117
11	Bungus	38	5	4	53	19	0	0	0	119
TOTAL		408	287	102	862	298	20	23	15	2015

Sumber: Dinas Koperasi & UMKM Kota Padang, 2015

Catatan: IMR = Industri makanan ringan, IKT= Industri kerajinan tangan

Dalam tataran ini, kreativitas dalam diferensiasi produk atau membedakan produk di mata konsumen merupakan sumber utama dan kunci kesuksesan inovasi produk antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha yang sejenis untuk memasuki pasar atau menciptakan pasar baru. Oleh karena itu, pertambahan unit usaha baru atau entrepreneur baru di Kota Padang tahun 2015 memperlihatkan prospektif inovasi produk yang cukup potensial bagi pelaku bisnis sebagai alat untuk mengembangkan usahanya. Kondisi ini selaras dengan kebijakan Pemerintah Kota Padang yang sedang giat-giatnya mendorong perkembangan sektor industri kecil melalui program-program

peningkatan kontribusi sektor industri kecil atau UMKM dalam perekonomian Kota Padang.

Kebijakan dan strategi pengembangan inovasi produk untuk UKM

Hal yang dibutuhkan oleh pemerintah daerah terkait dengan perkembangan dan memasalahkan inovasi produk di Kota Padang adalah mendesain suatu metodologi yang tepat untuk mentransfer inovasi produk agar pelaku bisnis industri kecil dapat memahami pentingnya inovasi produk. Selain itu, metodologi ini juga mendesain bagaimana pelaku bisnis industri kecil dapat melakukan tahapan-tahapan inovasi produk tersebut. Kebijakan dan strategi yang sesuai dengan metodologi ini dapat meningkatkan kapabilitas pelaku bisnis industri kecil sehingga pelaku bisnis industri memiliki daya saing tinggi dalam pasar maupun dalam menciptakan pasar baru melalui inovasi produk yang dilakukannya. Lebih lanjut, kebijakan yang sesuai dengan metodologi diatas untuk mengembangkan inovasi produk bagi pelaku bisnis di Kota Padang adalah kebijakan yang bersifat insentif. Perlu disadari bahwa pelaku bisnis industri kecil pada umumnya berkembang dengan teknologi yang sederhana. Kebanyakan mereka tumbuh dengan ekspektasi kelangsungan usaha yang tidak pasti untuk masa yang akan datang. Oleh karena itu, perhatian dan peran pemerintah terhadap perkembangan dan kelangsungan sektor usaha industri kecil sangat diperlukan secara serius dan tepat sasaran. Dalam kebijakan ini, pemerintah daerah melalui program-programnya memberikan dukungan luas terhadap pelaku bisnis industri kecil untuk mentransfer inovasi tepat guna bagi pelaku bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah.

Walaupun kebijakan insentif ini dapat dikatakan kebijakan pemberdayaan yang berpihak (*affirmative action*), namun kebijakan insentif yang dituangkan dalam program-program pemberdayaan pemerintah daerah bukanlah program-program yang bersifat charity, atau program-program yang bersifat alokasi dana sosial pemerintah daerah tanpa adanya upaya untuk meningkatkan kemandirian, kreativitas, dan jiwa inovatif pelaku bisnis industri kecil. Program-program Pemerintah Daerah dalam kebijakan insentif ini harus mampu menciptakan pelaku bisnis industri kecil yang memiliki jiwa yang inovatif, membentuk jaringan inovator baik secara baik formal maupun informal yang dapat memberikan informasi teknologi tepat guna masa kini, penulisan aplikasi inovasi produk, dan pembiayaan dana inovasi melalui modal ventura.

Untuk mencapai sasaran kebijakan insentif, beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah Kota Padang untuk mentransfer inovasi pengembangan produk bagi pelaku bisnis industri kecil adalah:

- 1. Transfer inovasi**, melalui intervensi intelektual seperti universitas dan lembaga riset yang menggandeng pelaku bisnis industri kecil dalam mengembangkan produk-produk baru. Strategi ini dapat dilakukan melalui kerjasama pemerintah daerah dengan universitas dan lembaga riset dalam menciptakan inovasi produk. Kemudian, Strategi ini juga dapat berbentuk inkubator bisnis antara pelaku bisnis industri kecil dengan perguruan tinggi dan lembaga riset ataupun program pengalokasian dana ilmu pengetahuan dan teknologi daerah melalui kerjasama dengan lembaga riset dan universitas dalam mengembangkan inovasi produk. Program ini juga bermanfaat untuk kaderisasi entrepreneur baru yang memiliki jiwa inovatif.
- 2. Standarisasi produk dan hak paten**, dalam pengalaman banyak negara, inovasi produk melalui standarisasi dan perlindungan paten memberikan keuntungan yang

luar biasa bagi usaha kecil dan merupakan juga strategi yang dapat merangsang inovasi-inovasi pelaku bisnis industri kecil secara berkelanjutan.

3. **Peningkatan skill melalui pelatihan-pelatihan**, pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi usaha mikro, kecil, dan menengah. Strategi ini dapat dilakukan dengan mengaktifkan dan mengoptimalkan fungsi lembaga riset pemerintah daerah ataupun laboratorium pengembangan hasil produk unggulan daerah seperti hasil pertanian, perkebunan, perikanan, dan peternakan menjadi produk-produk yang memiliki nilai tambah dalam pasar.
4. **Strategi dukungan pendanaan inovasi**, melalui modal ventura yang diprakarsai oleh pemerintah daerah. Hal ini diperlukan karena pemerintah daerah tidak hanya mungkin mengimbuu sektor perbankan formal untuk membantu industri kecil dalam kredit lunak atau fasilitas pembiayaan lainnya karena sektor perbankan sudah pasti menetapkan persyaratan-persyaratan formal dalam penilaian kredit dan tidak banyak dapat dipenuhi oleh pelaku bisnis industri kecil.
5. **Strategi peningkatan akses pasar**, bagi produk-produk yang dihasilkan dengan melakukan program pemetaan potensi pasar yang dilakukan pemerintah daerah sehingga produk-produk yang dihasilkan pelaku bisnis industri kecil terdistribusi secara lancar karena pasar yang tidak jelas bagi produk merupakan sumber kemunduran inovasi produk. Strategi ini dapat juga dilakukan dengan meningkatkan fungsi koperasi sebagai lembaga yang dapat memfasilitasi produk-produk yang dihasilkan pelaku bisnis industri kecil dengan pasar. Dalam hal ini menata kembali fungsi koperasi terutama koperasi simpan pinjam dan koperasi produksi sebagai wadah ekonomi kerakyatan.

KESIMPULAN

Agar wirausahawan tumbuh dengan cepat dan dinamis maka harus mengutamakan “peningkatan efisiensi” dan “nilai tambah yang berdaya saing pasar tinggi”, serta dapat membuka peluang sebesar-besarnya bagi partisipasi rakyat dalam kegiatan usahanya. Usahawan yang efisien, menciptakan nilai tambah produk yang berdaya saing tinggi, tidak mungkin terlepas dari peran kegiatan kreativitas dan “inovasi produk” atau “inovasi teknologi” (*technological innovation*) baik yang dilakukan secara total maupun dengan cara modifikasi dan diversifikasi. Hal ini semakin terasa diperlukan dengan diberlakukannya pasar bebas negara-negara ASEAN yang sudah dimulai 1 Januari 2016. Untuk bertahan dalam persaingan yang semakin tajam ini maka dunia usaha (cq. wirausahawan) haruslah inovatif dan kreatif, produk yang dihasilkan sekurang-kurangnya haruslah Lulus Standarisasi Nasional Indonesia (SNI).

REFERENCES

- Adriansyah Samsura. “Participatory Planning, Good Governance, dan Civil Society”. Artikel. 9 Januari 2003.
- Adrimas (2012). Perencanaan Pembangunan Ekonomi. Andalas University Press
- Firwan. Tan. 2012. Rencana Aksi Pembangunan Perdagangan dan Jasa Kota Solok. Lembaga Pusat Studi Keuangan Pembangunan (PSKP)
- Firwan Tan. 2013. **Bisnis Plan Pendirian Solok Modal Ventura, Lembaga Pusat Studi Keuangan Pembangunan (PSKP)**

- John Friedmann. *Planning in The Public Domain, From Knowledge to Action*, Princeton University Press, New Jersey. 1987
- Kleinstauber & Siswanto Sutojo (2002) **Strategi Manajemen Pemasaran**, PT Kasmir. 1999. **Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Keenam**. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Lokakarya Evaluasi Sistem Perencanaan. Makalah, download dari www.gtzsfdm.or.id (September 2001)
- Malayu Hasibuan (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Bumi Aksara Jakarta
- Moorman, Christine, Rohit Deshpande & Gerald Zaltman (1993), **Factors affecting Trust In Market Research Relationship**, *Journal of Marketing*, No. 54 (January), pp. 81-101.
- Mankiw, N. Gregory. 2000. **Teori Makro Ekonomi**. Ed.4, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyadi (2000). **Sistem Akuntansi**, Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta
- M. Nafarin (2003). **Penganggaran Perusahaan**
- Moh. Nazir, Ph.D. **Metode Penelitian**. Penerbit. Ghalia Indonesia. 1983.
- Nugroho Wijayanto (2000). *Sistem Informasi Akuntansi. Buku Satu*, Salemba Empat, Jakarta.
- Tambunan, Tulus (2002) **Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia**, PT. Mutiara Sumber Widya, Jakarta.
- (2002) **Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting**, Salemba Empat, Jakarta
- Triyono Urip. (2010) Universitas Indonesia. **Modal Ventura Sebagai Alternatif Pembiayaan Usaha, Studi Tentang Pembiayaan Modal Ventura Bagi Pengusaha Kecil dan Koperasi**.
- Suad Husnan & Suwarsono Muhammad (2000). **Studi Kelayakan Proyek** Edisi Empat.
- Sofyardi (2011). **Buku Ajar Pengantar Ekonometrik**. Universitas Andalas Padang
- Sofyan Assauri, (2004), *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep Dan Strategi)*, Penerbit PT. Grafindo Persada, Jakarta
- Sumantoro. 1989. **Aspek-aspek Pengembangan Dunia Usaha Indonesia**. Binacipta, Jakarta

TENTANG PENULIS

Penulis pertama Asmanita. merupakan dosen pada Fakultas Ekonomi pada Universitas Bina Darma.	Penulis kedua -
--	---------------------------