

PENGEMBANGAN MODEL AGROINDUSTRI DESA GONDANGAN KECAMATAN JOGONALAN KABUPATEN KLATEN

Didik Indarwanta^{1*}, Ida Susi Dewanti¹, Eny Endah Pujiastuti²

¹UPN “Veteran” Yogyakarta, email : didik_indarwanta@yahoo.co.id

²UPN “Veteran” Yogyakarta, email : idasusidewanti@yahoo.com

^{*}UPN “Veteran” Yogyakarta, email:eny_endah@yahoo.co.id

Abstract

This research is a continuation of previous studies that have identifying related institutions which support the development of Gondangan as an agro-industries village. Furthermore, the model that had been developed was applied in order to support the development of the agro-industry. Further research is done by implementing model of the SME snacks at Gondangan village, Klaten. Applications undertaken include training, mentoring, study visits and so on. In general, this study successfully demonstrated that main actors and supporting actors who are in the model are interrelated and mutually supportive even though the role of each actor is not maximized. To maximize the role of each actors need assistance and rebuild new model to develop Gondangan as an agro-industries village.

Keywords: Model, Development, Agro-Industry, SMEs

1. PENDAHULUAN

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan dengan judul yang sama menghasilkan rekomendasi berupa model pengembangan agroindustri desa Gondangan. Desa Gondangan adalah salah satu desa yang mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai kawasan agroindustri guna menunjang program unggulan Pemerintah Kabupaten Klaten untuk menjadi Kabupaten *Agropolitan* yang mempunyai tujuan untuk membangkitkan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Arah pengembangan kawasan agropolitan adalah menciptakan kawasan yang sejahtera dengan tumpuan hidup dari 5 Agro yaitu Agroproduksi, Agroindustri, Agrobisnis, Agroteknologi dan Agrowisata. Agroindustri sebagai penarik pembangunan sektor pertanian diharapkan mampu berperan dalam menciptakan pasar bagi hasil-hasil pertanian melalui berbagai produk olahannya. Agar agroindustri dapat berperan sebagai penggerak utama, industrialisasi pedesaan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut yaitu: berlokasi di pedesaan, terinteg-rasi vertikal ke bawah, mempunyai kaitan input-output yang besar dengan industri

lainnya, dimiliki oleh penduduk desa, padat tenaga kerja, tenaga kerja berasal dari desa, bahan baku merupakan produksi desa, dan produk yang dihasilkan terutama dikonsumsi pula oleh penduduk desa (Simatupang dan A. Purwoto, 1990).

Model pengembangan kluster yang disusun pada penelitian tahun pertama terdiri beberapa bagian yang mendukung pengembangan UKM di desa Jogonalan. Adapun bagian yang terpenting yaitu adanya pelaku inti dan pelaku pendukung. Keterkaitan aktor inovasi diatas merupakan komponen penting dari pelaksanaan untuk mengembangkan kluster agroindustri makanan ringan. Artinya keberhasilan dalam membina dan mengembangkan UKM tidak bisa lepas dari peran instansi maupun pihak lain. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Todaro (1995) bahwa untuk menciptakan agribisnis yang tangguh perlu adanya dukungan dari komponen-komponen yang antara lain adalah sistem kerja sama kelembagaan dalam sistem agribisnis yang terpadu.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian pada tahun ke-2 ini difokuskan untuk mengembangkan

modelkluster agroindustri desa Gondangan. Dalam penelitian ini suatu kegiatan untuk memvalidasi model sehingga model yang disusun sudah teruji serta diketahui kekurangan-kekurangan untuk menjadi bahan kajian selanjutnya. Pada saat implementasi yang paling penting adalah bagaimana bagian-bagian dari model pengembangan kluster agroindustri dapat berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan, dengan adanya model tersebut akan memudahkan dalam pendampingan maupun pembinaan bagi UKM setempat sehingga bisa menjawab tantangan UKM dalam persaingan dengan perusahaan besar yang menghasilkan produk makanan ringan yang sama dan sudah memiliki jalur distribusi yang baik. Oleh karena itu, model pengembangan kluster agroindustri menjadi sangat penting untuk pengembangan UKM.

2. KAJIAN LITERATUR

a. Agroindustri

Agroindustri dapat diartikan dua hal, yaitu pertama, agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang berbahan baku utamanya adalah produk pertanian. Suatu industri yang menggunakan bahan baku dari pertanian dengan jumlah minimal 20% dari jumlah bahan baku yang digunakan adalah disebut agroindustri. Arti yang kedua adalah agroindustri diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000).

Pembangunan agroindustri dihadapkan pada berbagai tantangan, baik tantangan atau permasalahan yang ada di dalam negeri atau di luar negeri. Beberapa permasalahan yang ada di dalam negeri atau di luar negeri. Beberapa permasalahan agroindustri khususnya permasalahan di dalam negeri antara lain :

1. Beragamnya permasalahan berbagai agroindustri menurut macam usahanya, khususnya kurang tersedianya bahan baku yang cukup dan kontinu.
2. Kurang nyataanya peran agroindustri di pedesaan karena masih berkonsentrasi pada agroindustri di perkotaan.
3. Kurang konsistennya kebijakan terhadap agroindustri.
4. Kurangnya fasilitas permodalan (perkreditan) dan kalau pun ada prosedurnya ketat

b. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran terdiri dari prinsip-prinsip dasar yang mendasari manajemen untuk mencapai tujuan bisnis dan pemasarannya dalam sebuah pasar sasaran, strategi pemasaran mengandung keputusan dasar tentang pemasaran, bauran pemasaran, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran (Kotler, 2004). Dari pengertian di atas struktur manajemen pemasaran strategis menggambarkan masukan yang digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memilih strategi. Masukan tersebut diperoleh melalui analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Kekuatan-kekuatan lingkungan makro yang utama meliputi :demografi, teknologi, politik, hukum dan sosial budaya yang mempengaruhi bisnis. Disamping itu perlu selalu memonitor pelaku-pelaku lingkungan mikro yang utama yaitu : pelanggan pesaing, saluran distribusi, pemasok, pendatang baru dan produk pengganti yang akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dipasar sasaran.

Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep utama dalam dunia pemasaran modern. Bauran pemasaran dapat didefinisikan sebagai serangkaian alat pemasaran taktis yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan perusahaan dalam pasar sasaran (Kotler 2004). Kotler dan Keller (2009) juga menyatakan bahwa bauran pemasaran atau yang sering disebut sebagai Empat P dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu, sudut pandang penjual dan sudut pandang pembeli. Dari sudut pandang penjual, empat P merupakan perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli.

Sedangkan, dari sudut pandang pembeli empat P merupakan perangkat pemasaran yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan. Komponen-komponen dari bauran pemasaran yang sering disebut empat P tersebut antara lain: Produk, harga(price), tempat(place) dan promosi.

C.Modal Kerja

G. Sugiyarso dan F. Winari (2006) memberikan pengertian modal kerja sebagai berikut : Dana yang ditanamkan ke dalam aktiva lancar untuk membiayai operasi perusahaan sehari-hari disebut modal kerja. Sumber modal kerja meliputi hal-hal sebagai berikut (Jumingan,2006): Pendapatan bersih, Keuntungan dari penjualan surat-surat berharga, Penujulan aktiva tetap, investasi jangka panjang dan aktiva tidak lancar lainnya, Penjualan obligasi dan saham serta kontribusi dana dari pemilik, Dana pinjaman dari bank dan pinjaman jangka pendek lainnya, Kredit dari supplier atau trade creditor.

D.Proses Produksi

Proses produksi Menurut Indriyo Gitosudarmo (2002) adalah merupakan interaksi antara bahan dasar, Bahan - bahan pembantu, tenaga kerja dan mesin- mesin serta alat-alat perlengkapan yang dipergunakan. Pengertian produksi dapat diartikan sebagai usaha untuk menciptakan atau menambah faedah ekonomi suatu benda dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan orang, badan usaha, atau organisasi yang menghasilkan barang dan jasa disebut produsen.

3. METODOLOGI

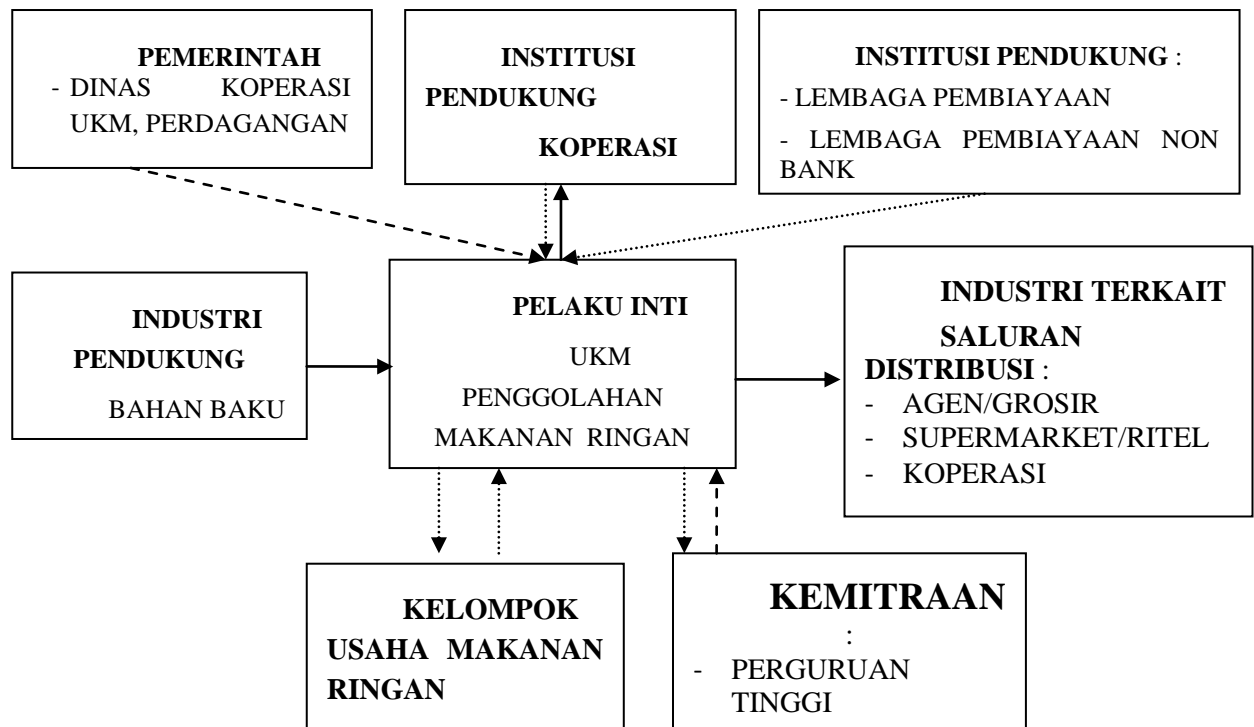
Metode Penelitian dan Pengembangan atau *Research and Development* adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tertentu. Lokasi penelitian ditentukan di desa Gondangan sebagai lingkungan yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai desa Agroindustri. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel secara sengaja(*purposive sampling*). Informan penelitian ditentukan dan dipilih secara sengaja sesuai dengan karakteristik penelitian, yaitu: (1) para pemimpin & tokoh masyarakat setempat; (2) Lurah

(pemerintah Desa); (3) pelaku UKM. Instrumen penelitian ini menggunakan pedoman FGD dan wawancara mendalam atau indepth interview. Dalam penelitian ini, secara garis besar proses pengumpulan data menggunakan 4 (empat) metode pokok yang saling berkaitan dan melengkapi, yaitu : **Indeep Interview, Observasi; Focus group discution (FGD), Dokumentasi.**

Langkah penelitian yang dilakukan adalah : 1). Memberikan pelatihan terkait dengan manajemen usaha sekaligus mendekatkan usaha kecil ini dengan institusi pendukung dalam hal ini adalah koperasi dan lembaga keuangan .2). Melakukan pendampingan kepada UMKM untuk memperbaiki pengetahuan mereka tentang pengelolaan bisnis terutama semangat untuk mengembangkan usaha yang telah mereka jalankan selama ini.3). Survey dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui persepsi dan perilaku usaha kecil ini dalam posisinya dengan institusi pendukung dan industri terkait. 4). Melakukan wawancara dengan pemerintah desa Gondangan, pimpinan lembaga keuangan untuk mengetahui minat para pelaku usaha kecil dalam mengakses lembaga keuangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian sebelumnya dihasilkan sebuah model pengembangan agroindustri Desa Gondangan, selanjutnya model tersebut diterapkan agar dapat diketahui kelemahan maupun kekurangan dari model tersebut. Adapun model yang dihasilkan dalam penelitian pertama adalah seperti pada gambar 1.



Keterangan :

- Aliran produk
- - - - - Aliran Pembinaan
- Aliran Pesan

Gambar 1. Model Pengembangan agroindustri Desa Gondangan Jogonalan Klaten

Berdasarkan hasil dari survey, wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) yang dilakukan setelah penerapan model tersebut dapat diketahui :

a. Permodalan

Modal usaha para pelaku usaha ini paling besar berasal dari modal pribadi dan keluarga. Mereka lebih suka menggunakan tabungan yang mereka miliki atau meminjam kepada keluarga sendiri untuk menambah modal maupun untuk membuka modal awal. Sedikit sekali dari responden yang menggunakan jasa lembaga keuangan (perbankan) untuk membantu modal awal mereka, sebenarnya banyak pelaku usaha mengalami permasalahan keuangan. Ketidak tertatikan untuk menggunakan modal dari lembaga keuangan disebabkan karena masalah utamanya agunan, bunga dan administrasi yang dianggap berbelit. Sehingga pelaku UKM menginginkan dalam usaha memenuhi modal dari

perbankan adalah proses pengurusan administrasi yang mudah dan sederhana, tidak perlu dengan agunan/jaminan, bunga yang rendah atau terjangkau (perlakuan khusus terhadap UKM).

b. Bahan baku

Para pelaku usaha ini banyak yang membeli langsung ke pedagang besar/grosir untuk mendapatkan bahan baku produksinya. Alasan memilih membeli kepada pemasok tersebut sangat beragam. Alasan paling banyak adalah lokasinya dekat dengan tempat produksi. Sudah saling kenal dan mudah dalam pembayarannya menjadi alasan selanjutnya. Sedangkan harga yang murah juga menjadi salah satu pertimbangan bagi pelaku usaha. Masalah muncul pada beberapa UKM yang tipe bahan bakunya musiman, dan bahan baku yang kadang tidak tersedia dipasar (misalnya kadang kesulitan mencari beras 66, sukun, dan lainnya). Dalam diskusi, FGD dan survey peserta UKM

menginginkan peran pemerintah untuk mengatasi masalah tersebut.

c. proses produksi

Kondisi riil UKM Desa Gondangan, dalam proses produksi dengan cara tradisonal, masih menggunakan peralatan dan mesin-mesin yang sederhana, bahkan masih manual menggunakan tenaga manusia. Terkadang mereka berpendapat hal itu disengaja dengan alasan untuk padat karya dan itu sudah turun temurun. Dalam proses produksi permasalahan teknologi dan inovasi produk sudah umum dialami oleh UKM. Permasalahan ini menjadi problem klasik, dampaknya para UKM kerap kebingungan ketika berhadapan dengan ekspansi produk dari pabrik-pabrik yang lebih besar dan mapan, sehingga UKM akan sulit berkembang besar.

d. Memasarkan hasil produksi

Selama ini, pada umumnya UKM nyaris tak didukung dengan riset pasar yang memadai terkait model promosi, peluang pasar, pesaing, selera konsumen, tren pasar, dan faktor-faktor eksternal lainnya. Pemasaran produk UKM rata-rata masih dipasarkan hanya daerah sekitar, padahal kualitas produk sudah mampu untuk menjangkau ke negara lain untuk export. Daerah pemasaran dari industri makanan ringan Desa Gondangan sebagian besar didaerah klaten, yogyakarta dan sekitarnya. Ada juga beberapa produk yang sudah dipasarkan ke luar jawa. Pemerintah desa dan beberapa pelaku UKM berharap kedepannya di buat Display Produk atau Toko untuk memajang/memasang semua produk dari hasil produksi UKM seluruh Desa Gondangan.

e. Keterlibatan unsur-unsur atau pelaku pendukung dalam pengembangan UKM

Pelaku pendukung adalah anggota sistem yang bersifat mendukung proses produksi dari pelaku inti dalam mensuplay bahan baku, memasarkan produk, maupun melakukan pengembangan-pengembangan lainnya : institusi pendukung, Industri terkait, Industri pendukung, Pemerintah, Kemitraan, dan Kelompok usaha. Keterlibatan unsur-unsur atau pelaku pendukung dalam pengembangan UKM belum maksimal.

Berdasarkan hasil penelitian juga diketahui bahwa UKM belum memiliki

sistem pengendalian manajemen yang baik, hal ini dapat terlihat bahwa tujuan atau target yang ditetapkan oleh UKM belum tercapai. Sistem pengendalian manajemen sangat penting baik untuk UKM maupun kegiatan bisnis lainnya seperti bisnis jasa sistem informasi, bisnis komputer, bisnis telekomunikasi dan lain lain. Struktur sistem pengendalian manajemen diperlukan oleh organisasi perusahaan karena menuntut semua perusahaan yang memasukil lingkungan tersebut memiliki kekuatan lebih untuk bersaing. Agar dapat dipilih oleh costumer, produk dan jasa perusahaan harus memiliki keunggulan tidak akan bertahan lama, karena pesaing akan mencari berbagai cara untuk menghasilkan value terbaik bagi costumer. Oleh karena itu, untuk tetap bertahan dan bertumbuh di lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan dituntut untuk secara berkelanjutan menemukan kembali keunggulan daya saing.

Sistem pengendalian yang efektif adalah sistem yang diarahkan kepada dua penyebab, diperlukannya pengendalian ketidakmampuan personel dalam mencapai tujuan organisasi melalui perilaku yang diharapkan, ketidakmampuan personel di dalam mencapai tujuan dapat ditingkatkan melalui pendidikan dan pelatihan, serta penyediaan teknologi memadai, ketidakmampuan personel dalam mencapai tujuan organisasi. Melalui sistem pengendalian manajemen, keseluruhan kegiatan utama untuk menjadikan perusahaan sebagai institusi pencipta kekayaan dapat dilaksanakan secara terstruktur, terkoordinasi, terjadwal dan terpadu sehingga menjanjikan tercapainya tujuan perusahaan-perusahaan bertambahnya kekayaan dalam jumlah yang memadai.

Kegiatan utama perusahaan adalah mendesain produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan *customer*, memproduksi produk dan jasa tersebut secara *cost effective* serta memasarkan produk dan jasa tersebut secara efektif kepada *customer*. Agar efektif tiga kegiatan utama tersebut harus direncanakan dengan baik, sehingga diperlukan sistem perencanaan menyeluruh tentang tiga kegiatan utama tersebut dan pengimplementasian dan pemantauan pelaksanaan rencana tersebut. Hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa penyebab sistem pengendalian manajemen

tidak efektif karena ketidakmampuan sumberdaya manusia.

Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan kemampuan sumberdaya manusia, maka perlu adanya wadah khusus yang dapat menjadi pendamping untuk melatih kemampuan sumberdaya manusia tersebut. Wadah khusus tersebut dinamakan inkubator bisnis. Oleh karena itu perlu adanya inkubator bisnis, yang mempunyai peran untuk meningkatkan kemampuan dari pelaku inti dalam mengembangkan usahanya. Inkubator bisnis adalah perusahaan / lembaga yang memberikan suatu program yang didesain untuk membina dan mempercepat keberhasilan pengembangan bisnis melalui rangkaian program permodalan yang diikuti oleh dukungan kemitraan / pembinaan elemen bisnis lainnya dengan tujuan menjadikan usaha tersebut menjadi perusahaan yang *profitable*, memiliki pengelolaan organisasi dan keuangan yang benar, serta menjadi perusahaan yang *sustainable*, hingga akhirnya memiliki dampak positif bagi masyarakat.

Inkubator bisnis ini bisa juga merupakan bagian dari kemitraan dengan perusahaan, untuk mengembangkan bisnis bersama-sama, dengan tujuan menjadikan usaha tersebut menjadi suatu bisnis yang nyata dan berkembang sesuai dengan visi dari perusahaan tersebut. Dalam penyelenggaraan kegiatannya, Inkubator menjalankan fungsi intermediasi sekaligus melakukan penguatan terhadap *tenant*/ calon wirausaha baru dan produk/ jasa inovatif yang akan dikembangkan melalui pelayanan penyediaan tempat sebagai sarana pengembangan usaha, akses permodalan, pelatihan, pendampingan, dan bimbingan kewirausahaan. “Inkubator pendampingan” yang dirancang untuk membantu usaha baru dan sedang berkembang menjadi pengusaha yang mandiri melalui serangkaian pendampingan terpadu meliputi penyediaan sarana perkantoran, uji produksi, uji pasar, konsultasi manajemen, teknologi, pemasaran dan keuangan, pelatihan, serta penciptaan jaringan usaha baik lokal maupun internasional. Setiap Inkubator Bisnis harus memiliki kemampuan dalam perencanaan strategis bagi perusahaan pemula dan memiliki koneksi dengan sumber daya ekonomi dan komunitas bisnis yang

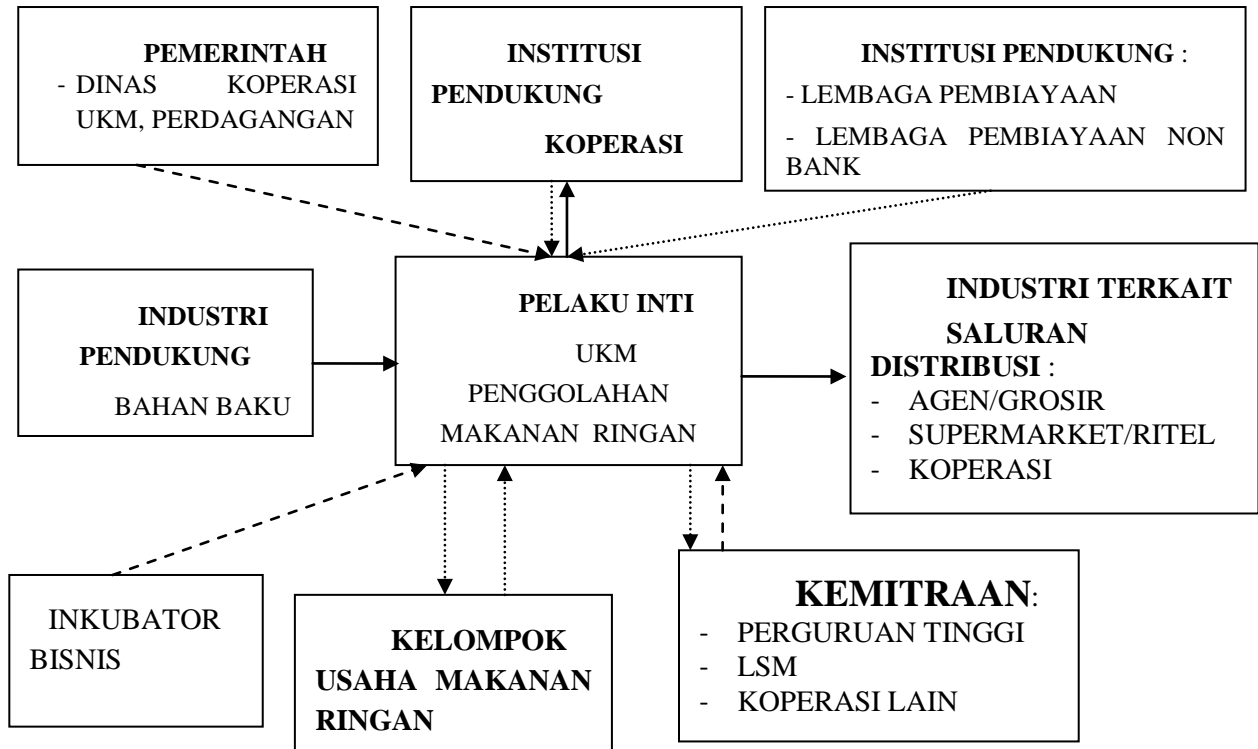
berhubungan dengan informasi dan konsultasi bisnis.

Faktor yang mendukung keberhasilan inkubator di beberapa negara tersebut antara lain adalah :

- (1) Kebijakan pemerintah dan strategi operasional bagi pengembangan Inkubator
- (2) Dukungan pemerintah daerah /regional dalam bentuk pendanaan pembangunan fasilitas fisik inbis dan kredit lunak jangka panjang untuk pengelolaan inkubator,
- (3) Dukungan lembaga keuangan baik pemerintah maupun swasta dalam bentuk kredit usaha bagi *tenant* inkubator
- (4) Komitmen perguruan tinggi dan lembaga penelitian untuk mengembangkan teknologi dan alih teknologi bagi *tenant* Inkubator
- (5) Sinergi dengan *science park* atau *technology park* yang dibangun serentak dengan pembangunan inkubator
- (6) Pendirian badan hukum inkubator dengan Tim pengelola indikator yang bekerja penuh, profesional dan efisien serta diberikan penghargaan yang layak,
- (7) Pemilihan lokasi yang tepat di pusat kawasan bisnis atau ditengah *science park* atau *technology*
- (8) Dukungan sarana dan prasarana teknologi informasi yang lengkap bagi *tenant* inkubator,
- (9) Penyediaan fasilitas perkantoran pendukung usaha tenant inkubator dibawah satu atap (informasi pasar, modal ventura, bank dll)

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa model pengembangan kluster agroindustri dapat berjalan dengan baik, selain itu dengan adanya inkubator bisnis maka UKM yang ada dapat berkembang dengan baik. Peran Inkubator Bisnis sangat strategis dalam menumbuh kembangkan UKM Inovatif, karena melalui Inkubator calon-calon wirausaha baru berbasis IPTEK dapat ditingkatkan kapasitas dan kinerja usahanya

Oleh karena itu model yang dikembangkan sebagai hasil penelitian ke 2 adalah seperti terlihat pada gambar 2.



Keterangan :

- _____ Aliran produk
- Aliran Pembinaan
- Aliran Pesan

Gambar 2. Pengembangan Model agroindustri Desa Gondangan Jogonalan Klaten

Berdasarkan model yang telah ditetapkan maka yang perlu untuk menjadi perbaikan yang berkelanjutan adalah meningkatkan peran serta dari masing-masing pelaku baik pelaku inti maupun pelaku pendukung. Selain itu yang menjadi perhatian adalah meningkatkan kemampuan serta kemauan dari pelaku inti untuk mengembangkan diri serta mengembangkan usahanya. Adapun peran-peran yang harus dilakukan oleh masing-masing pelaku bisnis sebagai berikut :

- a. Pelaku inti :
 - 1). Menumbuhkan keinginan untuk maju
 - 2).perbaikan administrasi
 - 3).peningkatan kerjasama
 - 4).perbaikan proses produksi (teknologi tepat guna)
 - 5).perbaikan proses pemasaran
 - 6).perbaikan proses pemerolehan bahan baku
- b. Pemerintah
 - 1). pemerintah lebih berperan

- 1). menciptakan iklim usaha yang baik.
- 2). pembuatan ijin produksi rumah tangga
- 3). Pameran produk
- 4). Saluran distribusi
- c. Institusi pendukung
 - 1).Meningkatkan akses keuangan
 - 2).Meminimalkan kesenjangan informasi
 - 3).Meningkatkan kerjasama pemerintah, UMKM dan lembaga keuangan
- d. Industri pendukung
 - 1).penyediaan bahan baku yang berkualitas
 - 2).memperbaiki proses pembelian atau pengadaan bahan baku
- e. Kemitraan
 - 1). Pelatihan secara berkala
 - 2). Hibah peralatan maupun modal
- f. Kelompok usaha makanan ringan
- g. Inkubator bisnis :

Secara umum inkubator model ini dikelola oleh sejumlah staf dengan

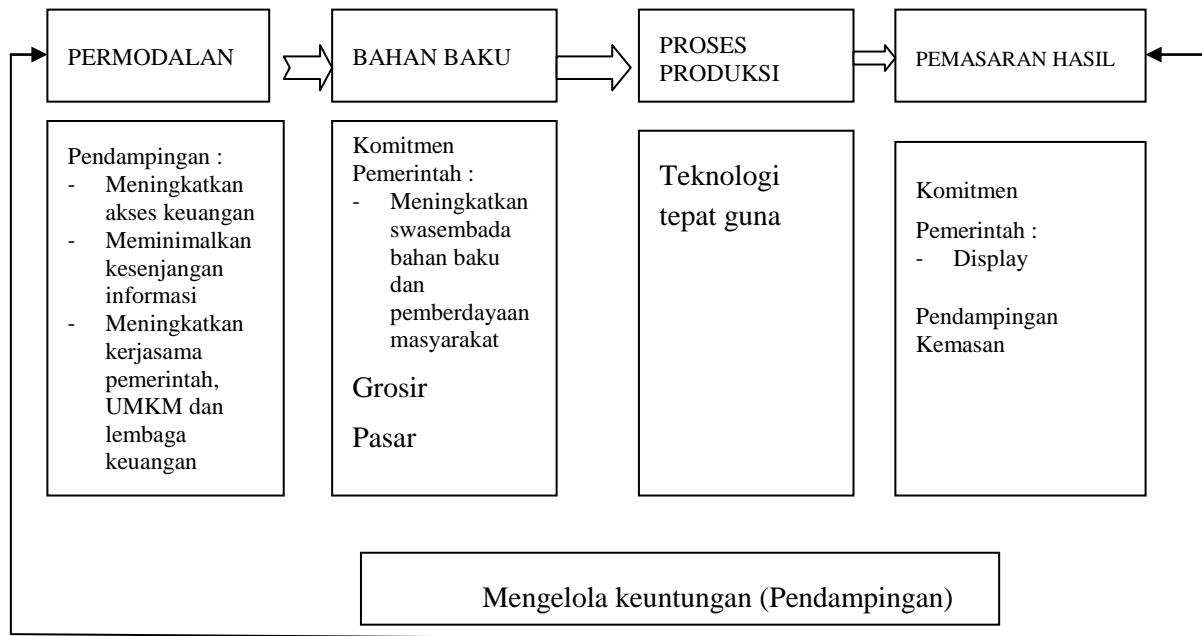
manajemen yang efisien dengan menyediakan layanan antara lain :

- 1). **Ruangan (Space)** Berarti inkubator menyediakan tempat untuk mengembangkan usaha pada tahap awal.
- 2). **Penyediaan Fasilitas (Shared)**, Dimaksudkan bahwa inkubator menyediakan fasilitas kantor yang bisa digunakan secara bersama, misalnya resepsionis, ruang konferensi, sistem telepon, faksimile, komputer dan jaringan, serta sistem keamanan kerja.
- 3). **Pelayanan (Services)**, Meliputi konsultasi manajemen dan masalah pasar, aspek keuangan dan hukum, informasi perdagangan dan teknologi.
- 4). **Dukungan (Support)**, Dalam hal ini inkubator membantu akses terhadap riset, jaringan profesional, teknologi, internasional, dan investasi.
- 5). **Pengembangan Ketrampilan (Skill Development)**, dapat dilakukan

melalui latihan menyiapkan rencana bisnis, manajemen, dan peningkatan kemampuan SDM lainnya.

- 6). **Akses Pembiayaan (seed capital)** dapat dilakukan melalui dana bergulir internal atau dengan membantu akses usaha kecil pada sumber-sumber pendanaan atau lembaga keuangan yang ada.
- 7). **Sinergi (Synergy)**, adalah kerjasama *tenant* dan peningkatan jejaring (*network*) dengan pihak perguruan tinggi, lembaga riset, usaha swasta, profesional maupun dengan masyarakat internasional.

Adapun peran dari masing masing pelaku bisnis sebagai berikut :



1. KESIMPULAN

Secara umum, penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa pelaku inti dan pelaku pendukung yang ada di dalam model saling terkait dan saling mendukung. Selain itu perlu adanya lembaga seperti inkubator bisnis yang melakukan pendampingan untuk pembinaan bagi pelaku inti dari UKM. Tugas utama pendamping adalah memfasilitasi

proses belajar atau refleksi dan menjadi mediator untuk penguatan kemitraan baik antara usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah dengan usaha besar. Dengan langkah tersebut alur pendampingan tidak lagi membuat UKM menjadi hal yang mengganggu akan tetapi dengan adanya pendampingan membantu untuk mengembangkan usaha. Saran bagi

pemerintah, jika membuat incubator bisnis membutuhkan tim manajemen yang punya komitmen tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang telah memberikan bantuan dana penelitian melalui program Hibah Bersaing pada tahun anggaran 2015.

DAFTAR PUSTAKA

1. Badri, Sutrisno, 21012,Keunggulan Kompetitif pada Sistem Agroindustri Kelapa Sawit dengan Penerapan Model Klaster Agroindustri, *journal.unwidha.ac.id*
2. Didik Indarwanta, Eny Endah Pujiastuti, Suratna, , 2010, Kajian Potensi (Study Kelayakan) Pengembangan Agroindustri di Desa Gondangan Kecamatan Jogonalan Klaten.penelitian dengan dana LPPM UPN “Veteran” Yogyakarta
3. Didik Indarwanta,Eny Endah Pujiastuti, Suratna, , 2012, Pengaruh Kelompok Rujukan terhadap motivasi pengusaha UMKM untuk mengembangkan usaha, penelitian dengan dana Program Studi UPN “Veteran” Yogyakarta
4. Disperindag, 2004 Strategi Industri Nasional, Departemen Perindustrian danPerdagangan, Jakarta
5. Indriyo Gitosudarmo dan Basri. 2002. *Manajemen Keuangan*. BPF: Yogyakarta
6. Kotler, Philips. 2004. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Terjemahan Drs.Benyamin Molan. PT Indeks Kelompok Gramedia
7. Philip Kotler, Philip & Kevin Lane Keller,2009, *Manajemen pemasaran*,Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.
8. L. Saaty Thomas., 1992, “Decision Making for Leaders The Analytical Hierarchy Proses for Decisions”. Pittsburgh
9. Marimin, 2002. *Teori dan Aplikasi Sistem Pakar dalam Teknologi Manajerial*, IPB Press, Bogor.
10. Marimin. 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta: PT Grasindo.
11. Marimin. 2005. *Teori dan Aplikasi Sistem Pakar dalam Teknologi Manajerial*. Bogor : IPB Press.
12. *Pedoman Teknis Pengembangan Agroindustri Tanaman Pangan TA 2012, Direktorat Pengolahan Hasil Pertanian Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian*
13. Porter, 2000. “*M. Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries andCompetitors*”. *With a New Introduction The Free Press*.
14. Simatunang. P dan A. Purwoto. 1990. *Pengembangan Agroindustri Sebagai Penggerak Pembangunan Desa*. Prosiding Agroindustri Faktor Penunjang Pembangunan Pertanian di Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
15. Sugiarto, Sugiarto, M Syamsul Ma’arif2, Illah Sailah, Sukardi, Suharto Honggoku, 2011,*Pemilihan Strategi Pengembangan Klaster Industri dan Strategi Manajemen pada Sugiyarso, G. dan F. Winarni, 2005. Manajemen Keuangan (Pemahaman Laporan Keuangan, Pengelolaan Aktiva, Kewajiban dan Modal serta Pengukuran Kinerja Perusahaan)*,Media Pressindo, Yogyakarta
16. Klaster Industri Barang Celup lateks, *J. Tek. Ind. Pert. Vol. 20 (2), 89-100, Journal.ipb.ac.id*
17. Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Rajagrafindo Pustaka. Jakarta