

KAJIAN PEMETAAN KLASSTER INDUSTRI KOTA CIREBON



GEMAH RIPAH LOH JINAWI

LAPORAN
AKHIR

2025

Pemerintah Kota Cirebon
Badan Perencanaan Pembangunan
Penelitian dan Pengembangan Daerah

KATA PENGANTAR

Menjadi salah satu kota di pesisir Pantai Utara Jawa yang telah memiliki aktivitas perekonomian yang cukup lama serta ditunjang keberadaan infrastruktur wilayah yang memadai seharusnya mampu mendorong Cirebon sebagai kota industri yang potensial. Potensi untuk mewujudkan ruang Kota Cirebon sebagai pusat kegiatan ekonomi termasuk pusat kegiatan industri sangat terbuka lebar.

Dalam perkembangannya sektor industri lebih banyak hadir di daerah-daerah sekitar kota. Di Kota Cirebon sendiri sektor perdagangan dan jasa lebih mewarnai perekonomian dibandingkan dengan sektor industri. Sektor industri yang kemudian tumbuh dan berkembang adalah industri kecil dan menengah. Meskipun demikian, sebagai satu-satunya kota di kawasan percepatan pembangunan Rebana, Kota Cirebon harus mampu menjadi etalase ekonomi bagi daerah-daerah sekitarnya untuk mempromosikan, menampilkan sehingga mampu menarik para investor, pelaku usaha hingga konsumen potensial untuk berkontribusi dalam pembangunan dan pengembangan kawasan.

Melalui kajian pemetaan klaster industri ini, keberadaan para pelaku industri terutama pelaku industri kecil dan menengah di Kota Cirebon dapat teridentifikasi secara spasial (*spatial aspect*) dan secara keterhubungan (*linkage aspect*). Berdasarkan identifikasi dan analisis kedua aspek tersebut dapat tergambarkan peluang bagi Kota Cirebon dalam menumbuh-kembangkan sentra industri. Melalui kajian ini pula diharapkan tersedia sejumlah masukan untuk penyusunan dokumen Rencana Pembangunan Industri (RPI) yang tengah disiapkan oleh Pemerintah kota Cirebon.

Cirebon, 2025

Bappelitbangda Kota Cirebon

DAFTAR ISI

	Hal
Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
Daftar Gambar	V
Daftar Tabel	vii
I. Pendahuluan	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Maksud dan Tujuan	2
I.3. Ruang Lingkup Pekerjaan	3
I.4. Dasar Hukum	3
I.5. Sistematika Pembahasan	4
II. Metodologi Pekerjaan	5
II.1. Metode Pengumpulan Data	5
II.2. Metode Analisis Data	6
II.3. Kerangka Kajian	8
II.4. Jadwal Pelaksanaan	9
III. Studi Literatur	10
III.1. Ekonomi Industri	10
III.2. Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 2025-2045	17
III.3. Perindustrian	20
III.4. Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035	21
III.5. Penyelenggaraan Perindustrian	25
III.6. Perwilayahan Industri	27
III.7. Klaster Industri	30
III.8. Daya Saing Daerah	34
IV. Perekonomian Daerah	38
IV.1. Perekonomian Provinsi Jawa Barat	38
IV.1.1 Kependudukan	38
IV.1.2 Pertumbuhan Ekonomi	41
IV.1.3 Sosial Masyarakat	47
IV.2. Industri dan Tenaga Kerja di Provinsi Jawa Barat	48
IV.3. Perekonomian Kota Cirebon	50
IV.3.1 Kependudukan	50
IV.3.2 Pertumbuhan Ekonomi	53
IV.3.3 Sosial Masyarakat	57
IV.4. Industri Kecil Menengah di Kota Cirebon	58
IV.5. Perindustrian dalam Dokumen Perencanaan Tata Ruang Kota Cirebon	61

V. Klaster Industri di Kota Cirebon	64
V.1 Klaster Industri berdasarkan Aspek Spasial (<i>spatial</i>)	64
V.1.1. Klaster Makanan Basah	64
V.1.2. Klaster Makanan Kering	65
V.1.3. Klaster Industri Minuman	66
V.1.4. Klaster Industri Pakaian	64
V.1.5. Klaster Industri Batik	67
V.1.6. Klaster Industri Jasa Menjahit	67
V.1.7. Klaster Industri Konveksi	68
V.1.8. Klaster Industri Gorden	69
V.1.9. Klaster Industri Kerajinan Tangan (<i>handycraft</i>)	69
V.1.10. Klaster Industri Percetakan	71
V.1.11. Klaster Industri Sablon	71
V.1.12. Klaster Industri Periklanan	71
V.1.13. Klaster Industri Pagar, Teralis dan Besi	73
V.1.14. Klaster Industri Beton	73
V.1.15. Klaster Industri Pemasangan Gypsum	73
V.1.16. Klaster Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca	75
V.1.17. Klaster Industri Perkayuan	75
V.1.18. Klaster Industri Jasa Bengkel	75
V.1.19. Klaster Industri Jasa Pengelasan	77
V.1.20. Klaster Industri Jasa Perbaikan (<i>service</i>)	77
V.1.21. Klaster Industri Karoseri	77
V.1.22. Klaster Industri Mesin dan Aneka	79
V.1.23. Klaster Industri Karangan Bunga	79
V.1.24. Klaster Industri Pigura, Lukisan Kaca	79
V.2 Klaster Industri berdasarkan Aspek Keterkaitan (<i>linkage</i>)	81
V.2.1. Klaster Makanan Basah	81
V.2.2. Klaster Makanan Kering	85
V.2.3. Klaster Industri Minuman	89
V.2.4. Klaster Industri Pakaian	90
V.2.5. Klaster Industri Batik	91
V.2.6. Klaster Industri Jasa Menjahit	92
V.2.7. Klaster Industri Konveksi	93
V.2.8. Klaster Industri Gorden	94
V.2.9. Klaster Industri Kerajinan Tangan (<i>handycraft</i>)	95
V.2.10. Klaster Industri Percetakan	97
V.2.11. Klaster Industri Sablon	98
V.2.12. Klaster Industri Pagar, Teralis dan Besi	99
V.2.13. Klaster Industri Beton	100
V.2.14. Klaster Industri Pemasangan Gypsum	102
V.2.15. Klaster Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca	103
V.2.16. Klaster Industri Perkayuan	104
V.2.17. Klaster Industri Jasa Pengelasan	105
V.2.18. Klaster Industri Jasa Perbaikan (<i>service</i>)	106

V.2.19.	Klaster Industri Karangan Bunga	107
V.2.20.	Klaster Industri Pigura, Lukisan Kaca	108
V.3	Analisis SWOT Klaster Industri Kota Cirebon	109
V.1.1.	Klaster Makanan Basah	109
V.1.2.	Klaster Makanan Kering	111
V.1.3.	Klaster Industri Minuman	113
V.1.4.	Klaster Industri Pakaian	116
V.1.5.	Klaster Industri Batik	118
V.1.6.	Klaster Industri Jasa Menjahit	120
V.1.7.	Klaster Industri Konveksi	122
V.1.8.	Klaster Industri Gorden	125
V.1.9.	Klaster Industri Kerajinan Tangan (<i>handycraft</i>)	127
V.1.10.	Klaster Industri Percetakan	129
V.1.11.	Klaster Industri Sablon	131
V.1.12.	Klaster Industri Periklanan	134
V.1.13.	Klaster Industri Pagar, Teralis dan Besi	136
V.1.14.	Klaster Industri Beton	138
V.1.15.	Klaster Industri Pemasangan Gypsum	140
V.1.16.	Klaster Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca	143
V.1.17.	Klaster Industri Perkayuan	145
V.1.18.	Klaster Industri Jasa Bengkel	147
V.1.19.	Klaster Industri Jasa Pengelasan	149
V.1.20.	Klaster Industri Jasa Perbaikan (<i>service</i>)	152
V.1.21.	Klaster Industri Karoseri	154
V.1.22.	Klaster Industri Mesin dan Aneka	156
V.1.23.	Klaster Industri Karangan Bunga	158
V.1.24.	Klaster Industri Pigura, Lukisan Kaca	160
V.4	Peluang Pengembangan Sentra Industri Kota Cirebon	162
VII.	Penutup	169
VII.1	Kesimpulan	169
VII.2	Saran	170
	Daftar Pustaka	171

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar II.1	8
Kerangka Kajian Pemetaan Klaster Industri	
Gambar III.1	15
Kerangka Hubungan Struktur-Prilaku Kinerja	
Gambar III.2	25
Bangun Industri Nasional	
Gambar III.3	31
Model Generik Klaster Industri	
Gambar III.4	34
Strategi Pengembangan/Penguatan Klaster Industri	
Gambar III.5	36
Komponen, Pilar, Dimensi dan Indikator IDSD	
Gambar IV.1	42
Laju Pertumbuhan PDRB atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha di Provinsi Jawa Barat 2019-2023	
Gambar IV.2	47
Perkembangan Jumlah dan Persentase Penduduk Miskin di Provinsi Jawa Barat 2019-2023	
Gambar IV.3	60
Proporsi Jumlah IKM di Kota Cirebon 2021	
Gambar IV.4	60
Sebaran Industri Kecil Menengah di Kota Cirebon	
Gambar IV.5	61
Sebaran Kawasan Peruntukan Industri (KPI) Berdasarkan RDTR Kota Cirebon 2021-2041	
Gambar IV.6	61
Sebaran Kawasan Peruntukan Industri (KPI) di SWP B Kota Cirebon	
Gambar IV.7	62
Sebaran Kawasan Peruntukan Industri (KPI) di SWP B Kota Cirebon	
Gambar IV.8	62
Sebaran Kawasan Peruntukan Industri (KPI) di SWP B Kota Cirebon	
Gambar V.1	64
Sebaran Industri Makanan Basah	
Gambar V.2	65
Sebaran Industri Makanan Kering	
Gambar V.3	66
Sebaran Industri Minuman	
Gambar V.4	67
Sebaran Industri Pakaian	
Gambar V.5	68
Sebaran Industri Batik	
Gambar V.6	68
Sebaran Industri Jasa Menjahit	
Gambar V.7	69
Sebaran Industri Konveksi	
Gambar V.8	70
Sebaran Industri Gorden	
Gambar V.9	70
Sebaran Industri Kerajinan Tangan (<i>handycraft</i>)	
Gambar V.10	71
Sebaran Industri Percetakan	
Gambar V.11	72
Sebaran Industri Sablon	
Gambar V.12	72
Sebaran Industri Periklanan	
Gambar V.13	73
Sebaran Industri Pagar, Teralis dan Besi	
Gambar V.14	74
Sebaran Industri Beton	

Gambar V.15	Sebaran Industri Pemasangan Gypsum	74
Gambar V.16	Sebaran Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca	75
Gambar V.17	Sebaran Industri Perkayuan	76
Gambar V.18	Sebaran Industri Jasa Bengkel	76
Gambar V.19	Sebaran Industri Jasa Pengelasan	77
Gambar V.20	Sebaran Industri Jasa Perbaikan (<i>service</i>)	78
Gambar V.21	Sebaran Industri Karoseri	78
Gambar V.22	Sebaran Industri Mesin dan Aneka	79
Gambar V.23	Sebaran Industri Karangan Bunga	80
Gambar V.24	Sebaran Industri Pigura, Lukisan Kaca	80
Gambar V.25	Bentuk Klaster Industri Tempe	81
Gambar V.26	Industri Tempe di Kota Cirebon	82
Gambar V.27	Bentuk Klaster Industri Tahu Gejrot	83
Gambar V.28	Industri Tahu Gejrot di Kota Cirebon	83
Gambar V.29	Bentuk Klaster Industri Makanan Tradisional (Basah)	84
Gambar V.30	Industri Makanan Tradisional (Basah)	84
Gambar V.31	Bentuk Klaster Industri Bakpau	85
Gambar V.32	Industri Bakpau	85
Gambar V.33	Bentuk Klaster Industri	86
	Sagon, Jinten dan Kembang Jambu	
Gambar V.34	Industri Sagon, Jinten dan Kembang Jambu	86
Gambar V.35	Bentuk Klaster Industri Ladu Manis	87
Gambar V.36	Industri Ladu Manis	87
Gambar V.37	Bentuk Klaster Industri Roti Monas	88
Gambar V.38	Industri Roti Monas	88
Gambar V.39	Bentuk Klaster Industri Bubuk Minuman	89
Gambar V.40	Industri Bubuk Minuman	89
Gambar V.41	Bentuk Klaster Industri Pakaian	90
Gambar V.42	Industri Pakaian	90
Gambar V.43	Bentuk Klaster Industri Batik	91
Gambar V.44	Industri Batik	91
Gambar V.45	Bentuk Klaster Industri Jasa Menjahit	92
Gambar V.46	Industri Jasa Menjahit	92
Gambar V.47	Bentuk Klaster Industri Konveksi	93
Gambar V.48	Industri Konveksi	93
Gambar V.49	Bentuk Klaster Industri Pemasangan Gorden	94
Gambar V.50	Industri Pemasangan Gorden	94
Gambar V.51	Bentuk Klaster Industri Cenderamata	95
Gambar V.52	Industri Pemasangan Cenderamata	95
Gambar V.53	Bentuk Klaster Industri Cenderamata (Topeng)	96
Gambar V.54	Industri Pemasangan Cenderamata (Topeng)	96
Gambar V.55	Bentuk Klaster Industri Jasa Percetakan	97
Gambar V.56	Industri Jasa Percetakan	97
Gambar V.57	Bentuk Klaster Industri Jasa Sablon	98
Gambar V.58	Industri Jasa Sablon	98

Gambar V.59	Bentuk Klaster Industri Pembuatan Pagar, Teralis & Besi	99
Gambar V.60	Industri Pembuatan Pagar, Teralis & Besi	99
Gambar V.61	Bentuk Klaster Industri Pembuatan Paving/Grass Blok	100
Gambar V.62	Industri Pembuatan Paving/Grass Blok	100
Gambar V.63	Bentuk Klaster Industri Pembuatan Rooster/Buis Beton	101
Gambar V.64	Industri Pembuatan Rooster/Buis Beton	101
Gambar V.65	Bentuk Klaster Industri Pemasangan Gypsum	102
Gambar V.66	Industri Pemasangan Gypsum	102
Gambar V.67	Bentuk Klaster Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca	10
Gambar V.68	Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca	103
Gambar V.69	Bentuk Klaster Industri Perkayuan	104
Gambar V.70	Industri Pemasangan/Pengolahan Perkayuan	104
Gambar V.71	Bentuk Klaster Industri Jasa Pengelasan	105
Gambar V.72	Industri Jasa Pengelasan	105
Gambar V.73	Bentuk Klaster Industri Jasa Perbaikan (<i>service</i>)	106
Gambar V.74	Industri Jasa Perbaikan (<i>service</i>)	106
Gambar V.75	Bentuk Klaster Industri Karangan Bunga	107
Gambar V.76	Industri Karangan Bunga	107
Gambar V.77	Bentuk Klaster Industri Lukisan/Pigura Kayu	108
Gambar V.78	Industri Lukisan/Pigura Kayu	108

DAFTAR TABEL

		Hal
Tabel II.1	Kebutuhan Data/Informasi	5
Tabel II.2	Jadwal Pelaksanaan	9
Tabel III.1	Hubungan antara Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar	16
Tabel III.2	Tema Koridor Ekonomi	18
Tabel III.3	Tahapan Kebijakan Industrialisasi	19
Tabel III.4	Skor IDSD Provinsi Jawa Barat Tahun 2023	37
Tabel III.5	Skor IDSD Kota Cirebon Tahun 2023	37
Tabel IV.1	Jumlah Penduduk di Provinsi Jawa Barat 2020-2024 di Provinsi Jawa Barat 2023	38
Tabel IV.2	Laju Pertumbuhan Penduduk di Provinsi Jawa Barat 2010-2024	39
Tabel IV.3	Kelompok Umur Angkatan Kerja di Provinsi Jawa Barat 2023	40
Tabel IV.4	Kelompok Umur Bukan Angkatan Kerja di Provinsi Jawa Barat 2023	41
Tabel IV.5	Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha di Provinsi Jawa Barat 2019-2023	43
Tabel IV.6	Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Menurut Klasifikasi Industri pada Industri Mikro dan Kecil di Provinsi Jawa Barat 2022	48
Tabel IV.7	Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Menurut Kabupaten/Kota pada Industri Mikro dan Kecil di Provinsi Jawa Barat 2022	50
Tabel IV.8	Jumlah dan Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Cirebon 2023	51
Tabel IV.9	Persentase dan Kepadatan Penduduk Kota Cirebon 2023	51
Tabel IV.10	Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Penduduk Kota Cirebon 2023	51
Tabel IV.11	Jumlah Penduduk dan Kegiatan Utama di Kota Cirebon 2023	52
Tabel IV.12	Jumlah Penduduk dan Angkatan Kerja di Kota Cirebon 2023	52
Tabel IV.13	Jumlah Penduduk dan Bukan Angkatan Kerja di Kota Cirebon 2023	53
Tabel IV.14	Distribusi Persentase PDRB Kota Cirebon Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha 2019-2023	54

Tabel IV.15	Laju Pertumbuhan PDRB Kota Cirebon Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha 2019-2023	56
Tabel IV.16	Angka Partisipasi Murni (APM) dan Angka Partisipasi Kasar (APK) Menurut Jenjang Pendidikan di Kota Cirebon 2022-2023	57
Tabel IV.17	Garis Kemiskinan, Jumlah dan Persentas Penduduk Miskin di Kota Cirebon 2016-2023	58
Tabel IV.18	Jumlah Koperasi Aktif Menurut Kecamatan di Kota Cirebon 2020-2023	59
Tabel IV.19	Jumlah Koperasi Aktif Menurut Jenis Koperasi dan Kecamatan di Kota Cirebon 2020-2023	59
Tabel V.1	Analisis SWOT Industri Makanan Basah	109
Tabel V.2	Pembobotan dan Skor Industri Makanan Basah	110
Tabel V.3	Analisis SWOT Industri Makanan Kering	111
Tabel V.4	Pembobotan dan Skor Industri Makanan Kering	112
Tabel V.5	Analisis SWOT Industri Minuman	113
Tabel V.6	Pembobotan dan Skor Industri Minuman	113
Tabel V.7	Analisis SWOT Industri Pakaian	116
Tabel V.8	Pembobotan dan Skor Industri Pakaian	116
Tabel V.9	Analisis SWOT Industri Batik	118
Tabel V.10	Pembobotan dan Skor Industri Batik	118
Tabel V.11	Analisis SWOT Industri Jasa Menjahit	121
Tabel V.12	Pembobotan dan Skor Industri Jasa menjahit	121
Tabel V.13	Analisis SWOT Industri Konveksi	123
Tabel V.14	Pembobotan dan Skor Industri Konveksi	123
Tabel V.15	Analisis SWOT Industri Pemasangan Gypsum	125
Tabel V.16	Pembobotan dan Skor Industri Pemasangan Gypsum	126
Tabel V.17	Analisis SWOT Industri Kerajinan Tangan (<i>handycraft</i>)	127
Tabel V.18	Pembobotan dan Skor Industri Kerajinan Tangan	128
Tabel V.19	Analisis SWOT Industri Percetakan	130
Tabel V.20	Pembobotan dan Skor Industri Percetakan	130
Tabel V.21	Analisis SWOT Industri Sablon	132
Tabel V.22	Pembobotan dan Skor Industri Sablon	132
Tabel V.23	Analisis SWOT Industri Periklanan	134
Tabel V.24	Pembobotan dan Skor Industri Periklanan	134
Tabel V.25	Analisis SWOT Industri Pembuatan Pagar, Teralis dan Besi	136
Tabel V.26	Pembobotan dan Skor Industri Pembuatan Pagar, Teralis dan Besi	136
Tabel V.27	Analisis SWOT Industri Beton	139
Tabel V.28	Pembobotan dan Skor Industri Beton	139
Tabel V.29	Analisis SWOT Industri Pemasangan Gypsum	141
Tabel V.30	Pembobotan dan Skor Industri Pemasangan Gypsum	141
Tabel V.31	Analisis SWOT Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca	143

Tabel V.32	Pembobotan dan Skor Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca	143
Tabel V.33	Analisis SWOT Industri Perkayuan	145
Tabel V.34	Pembobotan dan Skor Industri Perkayuan	145
Tabel V.35	Analisis SWOT Industri Bengkel	147
Tabel V.36	Pembobotan dan Skor Industri Bengkel	148
Tabel V.37	Analisis SWOT Industri Jasa Pengelasan	150
Tabel V.38	Pembobotan dan Skor Industri Jasa Pengelasan	150
Tabel V.39	Analisis SWOT Industri Jasa Perbaikan (<i>service</i>)	152
Tabel V.40	Pembobotan dan Skor Industri Bengkel (<i>service</i>)	152
Tabel V.41	Analisis SWOT Industri Karoseri	154
Tabel V.42	Pembobotan dan Skor Industri Karoseri	154
Tabel V.43	Analisis SWOT Industri Mesin dan Aneka	156
Tabel V.44	Pembobotan dan Skor Industri Mesin dan Aneka	157
Tabel V.45	Analisis SWOT Industri Karangan Bunga	158
Tabel V.46	Pembobotan dan Skor Industri Karangan Bunga	159
Tabel V.47	Analisis SWOT Industri Pigura/Lukisan	158
Tabel V.48	Pembobotan dan Skor Industri Pigura/Lukisan	159
Tabel V.49	Program Pembangunan dan Pengembangan Sentra Industri	167
Tabel V.50	Tahapan Program Pembangunan dan Pengembangan Sentra Industri Kota Cirebon	168

I.1. Latar Belakang

Pembangunan nasional dilaksanakan dengan memanfaatkan kekuatan dan kemampuan sumber daya yang tangguh dan didukung oleh nilai-nilai budaya luhur bangsa, guna mewujudkan kedaulatan, kemandirian dan ketahanan bangsa untuk kepentingan nasional. Pembangunan nasional di bidang ekonomi dilaksanakan untuk menciptakan struktur ekonomi yang mandiri, sehat dan kukuh dengan menempatkan pembangunan Industri sebagai penggerak utama.

Globalisasi dan liberalisasi membawa dinamika perubahan yang sangat cepat dan berdampak luas bagi perekonomian nasional. Di satu sisi pengaruh yang paling dirasakan adalah terjadi persaingan yang semakin ketat dan di sisi lain membuka peluang kolaborasi sehingga pembangunan Industri memerlukan berbagai dukungan dalam bentuk perangkat kebijakan yang tepat, perencanaan yang terpadu, dan pengelolaan yang efisien dengan memperhatikan prinsip-prinsip tata kelola yang baik. Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.

Salah satu tujuan penyelenggaraan perindustrian sebagaimana tercantum dalam Rencana Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015-2035 adalah mewujudkan industri yang mandiri, berdaya saing, maju dan industri hijau serta mewujudkan pemerataan pembangunan industri ke seluruh wilayah Indonesia guna memperkuat dan memperkokoh ketahanan nasional. Berdasarkan Pasal 101 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, kegiatan industri terbagi menjadi: Industri Kecil, Industri Menengah dan Industri Besar.

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah melakukan percepatan penyebaran dan pemerataan pembangunan industri ke seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui perwilayahan industri yang dilaksanakan dengan: pengembangan wilayah pusat pertumbuhan industri, pengembangan kawasan peruntukan industri, pembangunan kawasan industri, serta pengembangan sentra industri kecil dan industri menengah.

Sebagaimana di negara-negara yang sedang berproses di dalam industrialisasi, tidak semua industri yang ada itu merupakan industri besar. Yang terkategori industri besar biasanya adalah industri-industri yang muncul karena proyek-proyek PMA atau proyek proyek PMDN. Tetapi, sebagian besar industri yang muncul adalah yang berkategori kecil menengah. Kelompok ini muncul bukan semata-mata karena sedang berproses di dalam industrialisasi. Kemunculan industri kecil menengah tidak jarang merupakan multiplier effects dari industri-industri besar. Sampai tahun 2000-an, kelompok usaha yang terkategori kecil dan menengah tergolong yang paling besar di Indonesia, termasuk di Kota Cirebon sendiri, saat ini terdapat lebih dari 2000 buah usaha mikro, kecil dan

menengah. Pada beberapa daerah, tidak sedikit bentuk-bentuk industri tersebut mengelompok di dalam wilayah tertentu, meskipun sebagian besar kelompok-kelompok industri (cluster) itu muncul secara spontan.

Sementara itu, Rencana Detail Tata Ruang 2021-2041 Kota Cirebon menetapkan Zona Kawasan Peruntukan Industri (KPI) seluas 49,09 Ha sebagai bagian dari Zona Budi Daya. Zona KPI adalah bentangan lahan yang diperuntukkan bagi kegiatan industri sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan, yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Di Kota Cirebon Zona Kawasan Industri terdapat di 3 (tiga) Sub Wilayah Perencanaan (SWP) yaitu di SWP B seluas 46,90 Ha, di SWP C seluas 0,16 Ha serta di SWP D seluas 2,03 Ha. Berbeda dengan daerah lainnya, di Kota Cirebon tidak terdapat Kawasan Industri, yang ada hanya Zona Kawasan Peruntukan Industri (KPI) dengan luasan sangat terbatas.

Secara konseptual, pengelompokan industri-industri tersebut mengacu pada 1). Klaster industri (*cluster industry*), 2). Industri berbasis daerah (*industrial distric*) dan 3). Aglomerasi ekonomi (*agglomeration economy*). Dua konsep awal lebih ke arah pengelompokan industri secara sektoral dan geografis, sementara konsep terakhir lebih dikaitkan dengan industri-industri yang memperoleh keuntungan akibat urbanisasi ekonomi dan lokalisasi ekonomi. Klaster industri sering dipahami pertama, sebagai kelompok yang berkaitan dengan kegiatan serupa, keterkaitan antara industri menjadi utama dibandingkan lokasi, serta kedua dipahami sebagai lokasi, sekelompok industri yang terdapat di dalam area/wilayah tertentu.

Di mulai pada Tahun 2022 Pemerintah Kota Cirebon mencoba menyusun dokumen Rencana Pembangunan Industri Kota (RPIK) Cirebon. Pemerintah Kota Cirebon telah menetapkan pula 7 (tujuh) prioritas pembangunan daerah yang salah satunya adalah peningkatan produktivitas daya saing daerah. Prioritas tersebut tertuang dalam Rencana Pembangunan Daerah Kota Cirebon Tahun 2024-2026. Terkait dengan upaya penyusunan dokumen RPIK, upaya percepatan penyebaran dan pemerataan pembangunan industri, khususnya industri kecil dan menengah, maka pemetaan klaster industri melalui kajian ini menjadi penting dilakukan.

I.2. Maksud dan Tujuan

III.1. Maksud Kegiatan

Penyusunan Kajian Pemetaan Klaster Industri Kota Cirebon ini bermaksud untuk Memberikan masukan terhadap rencana pembangunan industri berkelanjutan di Kota Cirebon.

III.2. Tujuan Kegiatan

Penyusunan Kajian Pemetaan Klaster Industri Kota Cirebon ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis lokasi-lokasi industri kecil di Kota Cirebon;
2. Memberikan arahan terhadap pembentukan sentra industri Kota Cirebon; dan
3. Memberikan masukan berupa strategi dan program dalam rencana pembangunan industri pada dokumen RPIK;

I.3. Ruang Lingkup Pekerjaan

Secara substansial ruang lingkup objek kajian ini adalah industri kecil, sementara secara spasial ruang lingkup objek kajian ini berada di wilayah administratif Kota Cirebon.

I.4. Dasar Hukum

Kegiatan ini dilaksanakan berdasarkan landasan hukum yang disahkan oleh Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kota. Beberapa produk hukum/peraturan perundang-undangan yang menjadi landasan tersebut adalah:

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, kecil dan Menengah;
2. Undang-Undang Nomor 03 Tahun 2014 tentang Perindustrian;
3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan peraturan Pemerintah Pengganti undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;
4. Undang-Undang Nomor 06 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional Tahun 2015-2035;
6. Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 02 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perindustrian;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2024 tentang Perwilayahan Industri;
9. Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024;
10. Peraturan Presiden Nomor 87 Tahun 2021 tentang Percepatan Pembangunan Kawasan Rebana dan Kawasan Jawa Barat Bagian Selatan;
11. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 9 Tahun 2008 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2005-2025 sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 7 Tahun 2019 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 9 Tahun 2008 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2005-2025;
12. Peraturan Daerah Kota Cirebon Nomor 9 Tahun 2008 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kota Cirebon Tahun 2005-2025;
13. Peraturan Daerah Kota Cirebon Nomor 5 Tahun 2021 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Cirebon;
14. Peraturan Wali Kota Cirebon Nomor 76 Tahun 2021 tentang Rencana Detail Tata Ruang Tahun 2021-2041;
15. Peraturan Wali Kota Cirebon Nomor 44 Tahun 2023 tentang Rencana Pembangunan Daerah Kota Cirebon Tahun 2024-2026.

I.5. Sistematika Pembahasan

Sebagai bentuk informasi perkembangan kegiatan pada tahap akhir, dokumen Laporan Akhir ini dibuat dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, maksud tujuan dan sasaran, ruang lingkup kegiatan, dasar hukum serta sistematika pembahasan.

Bab II Metodologi Pekerjaan

Bab ini menguraikan tentang metode pengumpulan data serta metode analisis data.

Bab III Studi Literatur

Bab ini menguraikan tentang pemahaman Klaster Industri dari berbagai referensi seperti peraturan perundang-undangan atau literatur lainnya.

Bab IV Perekonomian Daerah

Bab ini menguraikan tentang kondisi perekonomian di Provinsi Jawa Barat secara umum dan di Kota Cirebon secara khusus.

Bab V Klaster Industri di Kota Cirebon

Bab ini menguraikan tentang hasil identifikasi klaster industri berdasarkan aspek spasial (*spatial*) dan keterkaitan (*linkage*) di Kota Cirebon. Selain itu pada bab ini dilakukan pula analisis SWOT pada sampel terpilih untuk mendapatkan gambaran kondisi industri kecil dan peluang pembentukan sentra industri di Kota Cirebon.

Bab VI Penutup

Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran kajian tentang Pemetaan Klaster Industri Kota Cirebon.

BAB II

METODOLOGI PEKERJAAN

Pada bab ini diuraikan tentang metodologi pekerjaan, yang terdiri dari: metode pengumpulan data, metode analisis data, jadwal pelaksanaan, struktur organisasi pelaksanaan serta jadwal penugasan tenaga ahli.

II.1. Metode Pengumpulan Data

Secara umum dalam kegiatan Kajian Pemetaan Klaster Industri di Kota Cirebon terdapat beberapa data yang diperlukan untuk memperkuat kajiannya. Selain itu, data-data tersebut diperlukan pula untuk menganalisis permasalahan, potensi pemenuhan, serta rencana pemenuhan dan pengembangan UMKM di Kota Cirebon. Data-data yang diperlukan ada yang bersifat primer dan sekunder. Data-data primer diperoleh secara langsung melalui observasi terhadap pelaku industri kecil. Sementara itu, data sekunder berupa data statistik, dokumen rencana pembangunan, dokumen rencana strategis perangkat daerah, produk hukum yang dikeluarkan pemerintah pusat dan pemerintah daerah serta dokumen lain terkait yang diperlukan.

Data-data yang bersifat sekunder tadi diperoleh dari beberapa perangkat daerah terkait seperti: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Lingkungan Hidup, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, dan lain-lain. Secara rinci bentuk data/informasi yang diperlukan dalam kegiatan ini diuraikan melalui tabel berikut.

Tabel II.1. Kebutuhan Data/Informasi

No.	Data/Informasi		Perangkat Daerah	Catatan
A.	Dokumen Perencanaan Pembangunan			
	1.	Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah	Bappelitbangda	
	2.	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah	Bappelitbangda	
	3.	Rencana Kerja Pemerintah Daerah	Bappelitbangda	
	4.	Rencana Strategis Perangkat Daerah	DKUKMPP	
B.	Dokumen Penataruangan			
	1.	Rencana Tata Ruang Wilayah	DPUPR	
	2.	Rencana Detail Tata Ruang	DPUPR	
C.	Produk Hukum Pemerintah Pusat dan Daerah			
	1.	Produk Hukum Pemerintah Pusat	JDIH	
	2.	Produk Hukum Pemerintah Daerah	JDIH/Bagian Hukum	
D.	Kebijakan dan Program terkait			
	1.	Banyaknya Industri Kecil	DKUKMPP	

	2.	Kondisi Penanaman Modal, Perizinan, dsb.	DPMPTSP	
--	----	--	---------	--

Selain mengumpulkan data yang bersifat sekunder, dalam kajian ini pun dilakukan pengumpulan data yang bersifat primer. Data primer diambil dari beberapa sampel (± 80 sampel) yang ditentukan karena dianggap bisa mewakili beberapa responden pelaku industri di Kota Cirebon, terutama pelaku industri kecil. Berdasarkan data sekunder yang didapatkan dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan (DKUKMPP) Kota Cirebon jumlah pelaku industri kecil di Kota Cirebon mencapai lebih dari 2000 buah. Kondisi ril di lapangan terdapat pula beberapa pelaku industri yang belum terdata secara akurat oleh pihak dinas terkait. Sehingga sampel yang diambil berdasarkan pertimbangan/kepentingan tertentu (*purposive sampling*), teknik pengambilan sampel secara sengaja berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Pertimbangan efisiensi waktu dan sumber daya serta kedalaman data menjadi pertimbangan khusus kajian. Untuk mendapatkan data primer tersebut, lembar kuesioner sebagai arahan para surveyor disiapkan untuk memudahkan observasi termasuk wawancara mendalam dengan pelaku industri kecil yang menjadi sampel kajian. Lembar kuesioner yang dimaksud terdapat dalam lampiran laporan kajian ini.

II.2. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan bersifat kualitatif, digunakan untuk menggambarkan karakteristik dari suatu populasi atau fenomena yang sedang terjadi, dalam hal ini kondisi industri kecil di Kota Cirebon. Selain menganalisis secara langsung terhadap kondisi industri kecil, analisis dilakukan pula dengan merujuk Buku Panduan Pengembangan Klaster Industri yang diterbitkan oleh Pusat Pengkajian Kebijakan Inovasi Teknologi, Deputi Bidang Pengkajian Kebijakan Teknologi Badan Pengkajian dan Penerapan teknologi (BPPT) pada Tahun 2011.

Di dalam pedoman tersebut dijelaskan sebuah model generik klaster industri yang dikelompokkan kepada industri inti, industri pemasok, industri pendukung, industri terkait, dan pembeli, serta institusi pendukung. Identifikasi dan analisis klaster industri Kota Cirebon pun dilakukan merujuk pada masing-masing kelompok industri diatas. Berdasarkan identifikasi dan analisis tersebut kemudian dibuat tipologi klaster industri yang terbentuk. Setelah itu, analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kondisi industri kecil serta untuk melihat peluang pembentukan dan pengembangan sentra industri di Kota Cirebon.

Analisis SWOT dilakuan sebagai metode strategis yang digunakan untuk mengevaluasi empat elemen utama dalam suatu kondisi industri:

1. Kekuatan (*strengths*), yaitu keunggulan internal yang dimiliki, seperti sumber daya, reputasi, atau keahlian khusus.
2. Kelemahan (*weaknesses*), yaitu faktor internal yang menjadi hambatan, seperti keterbatasan dana, kurangnya SDM, atau proses yang tidak efisien.

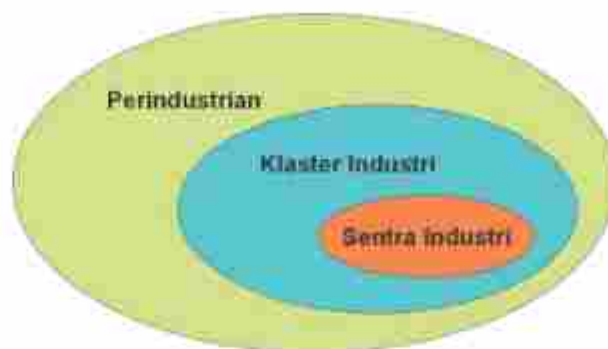
3. Peluang (*opportunities*), yaitu faktor eksternal yang bisa dimanfaatkan untuk pertumbuhan, seperti tren pasar, teknologi baru, atau kebijakan pemerintah yang mendukung.
4. Ancaman (*threats*), yaitu tantangan eksternal yang bisa menghambat, seperti persaingan ketat, perubahan regulasi, atau krisis ekonomi.

Dalam analisis SWOT, pembobotan dan skoring digunakan untuk memberikan penilaian kuantitatif terhadap faktor-faktor yang telah diidentifikasi, sehingga strategi yang dihasilkan lebih terarah dan berbasis data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Identifikasi Faktor SWOT
Tahap awal menentukan semua faktor yang relevan dalam empat kategori: *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*.
2. Menentukan Bobot (*weight*)
Bobot mencerminkan tingkat kepentingan suatu faktor terhadap keberhasilan organisasi.
Akan diberikan dalam skala 0.0 hingga 1.0, dan total bobot untuk semua faktor dalam satu kategori harus 1.0.
Misalnya, jika ada 4 faktor kekuatan, masing-masing bisa diberi bobot seperti 0.4, 0.3, 0.2, dan 0.1.
3. Menentukan Skor (*Rating*)
Rating menunjukkan sejauh mana organisasi merespons faktor tersebut.
Untuk faktor internal (*strengths* dan *weaknesses*), skala umum menunjukkan:
4 = Sangat kuat
3 = Cukup kuat
2 = Cukup lemah
1 = Sangat lemah
Untuk faktor eksternal (*opportunities* dan *threats*), skala umum menunjukkan:
4 = Respon sangat baik
3 = Respon baik
2 = Respon kurang
1 = Respon buruk
4. Hitung Skor Tertimbang
Tahapan ini menghitung skor tertimbang = bobot $\times$ rating
Menghitung skor tertimbang ini dilakukan untuk setiap faktor, lalu menjumlahkan semua skor tertimbang untuk mendapatkan total skor SWOT.
5. Interpretasi
Tahapan ini menginterpretasi hasil skor tertimbang tersebut, jika skor total mendekati 4 menunjukkan posisi strategis yang kuat, sementara jika skor mendekati 1 menunjukkan perlunya perbaikan signifikan.

II.3. Kerangka Kajian

Kajian Pemetaan Klaster Industri Kota Cirebon mengikuti kerangka kajian sebagai Gambar II.1 berikut:



Gambar II.1. Kerangka Kajian Pemetaan Klaster Industri

Dalam kerangka pengembangan ekonomi, perindustrian berfungsi sebagai sektor makro yang mencakup seluruh aktivitas produksi barang, transformasi bahan mentah, dan pengelolaan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah. Perindustrian tidak hanya melibatkan perusahaan-perusahaan manufaktur, tetapi juga mencakup kebijakan nasional, teknologi industri, tenaga kerja, dan jaringan logistik yang saling terhubung.

Dari ruang lingkup perindustrian tersebut, muncullah bentuk pengorganisasian berbasis wilayah dan spesialisasi yaitu klaster industri. Klaster ini merupakan kumpulan pelaku usaha dan institusi yang saling terkait secara geografis dan fungsional, bergerak dalam sektor tertentu, serta membentuk ekosistem kolaboratif. Dalam klaster, perusahaan inti, pemasok, lembaga riset, universitas, dan pemerintah lokal bekerja secara sinergis untuk mendorong inovasi, efisiensi, dan daya saing global.

Salah satu bentuk riil dari klaster industri adalah sentra industri, yaitu kawasan atau wilayah yang dihuni oleh pelaku usaha dalam skala kecil hingga menengah, yang menjalankan produksi sejenis secara berkelompok. Sentra industri merupakan elemen mikro dari klaster industri, sering kali terbentuk secara historis dan berbasis komunitas, seperti sentra batik, sentra meubel, atau sentra kerajinan logam.

Dengan demikian, perindustrian menjadi payung besarnya, klaster industri menjadi pendekatan strategisnya, dan sentra industri menjadi manifestasi riil di tingkat lokal. Ketiga konsep ini saling bertautan dan membentuk sistem yang dapat memperkuat ekonomi daerah maupun nasional.

II.4. Jadwal Pelaksanaan

Kajian Pemetaan Klaster Industri Kota Cirebon mengikuti jadwal pelaksanaan sebagaimana tertera pada Tabel II.2 berikut:

Tabel II.2. Jadwal Pelaksanaan Pekerjaan

No.	Uraian Pekerjaan	Minggu Ke								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
A.	Tahap Persiapan									
1.	Pemahaman KAK, Penyusunan Rencana Kerja, Perizinan dan Koordinasi Awal									
2.	Studi Literatur									
3.	Pembahasan Laporan Pendahuluan									
B.	Tahap Pengembangan									
1.	Pengumpulan Data primer dan Sekunder									
2.	Identifikasi (<i>spatial & linkage</i>) Industri Kecil di Kota Cirebon									
3.	Pembahasan Laporan Antara									
C.	Tahap Finalisasi									
1.	Analisis SWOT Industri Kecil di Kota Cirebon									
2.	Peluang Pembentukan Sentra Industri									
3.	Pembahasan Laporan Akhir									

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tahapan persiapan dilakukan sekitar 2 minggu, tahapan pengembangan dilakukan sekitar 4 minggu, serta tahapan finalisasi dilakukan pada 5 minggu.

Pengembangan/penguatan klaster industri merupakan alternatif pendekatan yang dinilai efektif untuk membangun keunggulan daya saing industri khususnya dan bagi pembangunan daerah pada umumnya. Bagi pelaku ekonomi, khususnya Usaha Kecil dan Menengah, pendekatan klaster industri membantu upaya yang lebih fokus bagi terjalannya kemitraan yang saling menguntungkan dan pengembangan jaringan bisnis yang luas. Sementara itu, bagi pembuat kebijakan dan/atau pihak berkepentingan lainnya, pendekatan ini memungkinkan potensi skala pengaruh dari kebijakan dan program, dan cakupan dampaknya yang signifikan.

Pendekatan klaster industri berkembang pesat tidak sekedar sebagai konsep tetapi juga sebagai platform nasional, baik dalam konteks pembangunan ekonomi (nasional, daerah dan lokal), khususnya Industri Kecil dan Menengah (IKM) serta peningkatan daya saing. Peningkatan daya saing daerah saat ini membutuhkan usaha yang sangat memakan waktu sehingga akan menghambat pembangunan ekonomi. Dalam rangka memperbaiki kelemahan tersebut, mengoptimalkan pendayagunaan potensi setempat, dan mewujudkan industri berkeunggulan kompetitif di daerah, basis produksi dan distribusi perlu ditata kembali dan dikembangkan secara sinergis dengan semakin bertumpu pada potensi terbaik dan karakteristik lokal/setempat masing-masing daerah.

Untuk memahami lebih dalam, pada bab ini dibahas beberapa hal terkait dengan klaster industri seperti: Ekonomi Industri, Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 2025-2045, Perindustrian; Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035, Penyelenggaraan Perindustrian, Perwilayahan Industri, Klaster Industri dan Daya Saing Daerah.

III.1. Ekonomi Industri

Dalam kehidupan sehari-hari, kita sering menyaksikan bahwa antarperusahaan dalam suatu industri maupun antarindustri dalam perekonomian menunjukkan perilaku yang sangat beragam. Ada perusahaan dalam industri yang bersaing secara ketat, sementara lainnya justru tidak terlibat persaingan. Di antara yang bersaing pun, ada yang saling bekerja sama, namun ada pula yang memilih bersaing bebas. Di tingkat antarindustri, terdapat industri yang berbentuk oligopoli, sementara yang lain tidak. Dalam menghadapi kondisi perekonomian yang tidak menentu, sebagian perusahaan mampu bertahan dengan strategi yang mereka susun dan terapkan, sementara sebagian lainnya justru rentan terhadap gejolak ekonomi. Selain itu, ada industri yang menyebabkan tingginya biaya ekonomi, namun ada juga yang tidak membebani konsumen.

Dari sudut pandang teori ekonomi mikro, Hasibuan mendefinisikan industri sebagai kumpulan perusahaan yang memproduksi barang-barang homogen atau barang-barang yang memiliki tingkat substitusi yang sangat tinggi. Namun demikian, dalam konteks makroekonomi, terutama dalam hal pembentukan pendapatan nasional, industri

dipahami sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah (Hasibuan, 1993:12).

Dalam kehidupan sehari-hari, kita sering menjumpai perusahaan-perusahaan dalam perekonomian yang memiliki tujuan berbeda-beda. Ada yang semata-mata mengejar keuntungan bisnis maksimal, sementara yang lain memiliki tujuan ganda, seperti sosial dan lingkungan. Dari segi orientasi bisnis pun beragam: ada yang berorientasi pasar, ada pula yang lebih fokus pada orientasi sosial. Perbedaan tujuan ini menarik untuk dikaji dalam organisasi perusahaan, karena mencerminkan perilaku perusahaan industri dalam persaingan bisnis. Pada akhirnya, keragaman orientasi dan tujuan ini akan memengaruhi kinerja pasar secara keseluruhan di dalam perekonomian.

Seiring berkembangnya perekonomian, tujuan perusahaan industri pun mengalami pergeseran. Dahulu, fokus utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pasar, namun kini tujuan tersebut telah meluas, mencakup berbagai dimensi ekonomi lain yang berkaitan dengan bentuk organisasi perusahaan dalam sistem perekonomian. Menurut Howe (1978:13), teori perusahaan dapat digunakan dalam empat pendekatan utama:

1. Analisis penentuan tujuan organisasi bisnis, dengan menekankan aspek organisasi dan hubungan hierarki—dikenal sebagai pendekatan organisasi atau pendekatan perilaku.
2. Teknik pencapaian tujuan bisnis, seperti teori keputusan, riset operasional, dan pemrograman.
3. Reaksi perusahaan terhadap perubahan lingkungan, melihat bagaimana perusahaan menyesuaikan strategi terhadap dinamika eksternal.
4. Gabungan dari pendekatan-pendekatan di atas, untuk membentuk analisis yang lebih komprehensif terhadap perilaku perusahaan.

Masing-masing pelaku pasar (*shareholders*) dalam kegiatan bisnis bisa memiliki tujuan yang berbeda-beda. Perusahaan swasta cenderung bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dan apresiasi modal, lembaga kelembagaan biasanya mengejar stabilitas pendapatan dan apresiasi modal, manajemen berfokus pada pencapaian tujuan manajerial yang telah ditetapkan, sementara pekerja memiliki tujuan meningkatkan pendapatan riil dan kestabilan pekerjaan.

Begitu pula Fritz Machlup melalui pendekatan analisis marginal (*Marginal Analysis*) menegaskan bahwa teori perusahaan tidak bisa dijelaskan hanya dari satu konsep saja. Menurut Hasibuan (1993), terdapat sembilan konsep utama yang dirumuskan oleh Machlup, yaitu:

1. Perusahaan sebagai reaktor perubahan yang mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan.
2. Perusahaan sebagai inisiator pembangunan, terutama melalui invensi dan inovasi.
3. Perusahaan sebagai reaktor kesejahteraan, berperan dalam peningkatan sosial-ekonomi.

4. Dalam teori monopoli dan oligopoli, perusahaan bertindak sebagai reaktor dan inisiator interaksi kelompok.
5. Perusahaan sebagai sistem kerja sama, dengan struktur koordinasi, wewenang, dan tanggung jawab.
6. Dalam manajemen, perusahaan digunakan sebagai sistem informasi dan pengambilan keputusan.
7. Dalam riset dan konsultasi, teori perusahaan membantu menggerakkan aktivitas dan mencapai kinerja optimal.
8. Teori perusahaan dibutuhkan untuk fungsi akuntansi.
9. Teori perusahaan juga berperan dalam aspek legalitas, termasuk pengelolaan hak dan kewajiban personalia.

Sebenarnya, terdapat berbagai pendekatan yang digunakan oleh para ahli ekonomi industri untuk melihat keterkaitan antara struktur, perilaku, dan kinerja pasar. Setiap pendekatan memiliki pola analisis tersendiri dalam mengkaji perilaku industri, sehingga menghasilkan variasi dalam struktur analisis yang mereka lakukan. Meski demikian, seluruh pendekatan tersebut memiliki pandangan yang sama, yaitu bahwa struktur, perilaku, dan kinerja pasar saling bergantung dan saling memengaruhi satu sama lain.

Struktur pasar menunjukkan karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Perbedaan pada elemen-elemen itu akan membedakan cara masing-masing pelaku pasar dalam industri berperilaku, yang pada gilirannya akan menentukan perbedaan kinerja pasar yang terjadi. Keadaan karakteristik pasar suatu industri memiliki arti penting bagi iklim persaingan antarperusahaan industri di dalam pasar pada khususnya dan keadaan perekonomian pada umumnya.

Keadaan jumlah dan distribusi penjual di dalam pasar mempengaruhi harga jual yang berlaku dan output yang terdapat di dalam pasar. Pada struktur pasar persaingan sempurna ditandai oleh adanya sejumlah besar penjual di dalam pasar dan masing-masing di antara mereka memiliki kekuatan pasar yang relatif sama. Sebagai akibatnya, para pesaing pasar tidak memiliki kekuatan (*market power*) yang berarti guna mengendalikan keadaan pasar. Selanjutnya, keadaan harga dan output pasar berjalan menurut mekanisme pasar. Akan tetapi, pada struktur pasar monopoli jumlah penjualnya bersifat tunggal oleh karena itu keadaan pasar sepenuhnya dapat dikendalikan oleh monopolis. Harga dan output pasar selanjutnya diatur secara penuh oleh monopolis yang menguasai pasar.

Begitu juga halnya dengan keadaan produk, faktor ini dapat memengaruhi perilaku produsen yang berada di dalam pasar untuk bersaing. Perbedaan corak produk (*product differentiation*) memberikan keleluasaan yang lebih besar bagi produsen guna mengatur strategi pasar. Produk yang memiliki ciri-ciri khusus, atau unik (*unique*) biasanya cenderung digemari oleh kelompok konsumen tertentu. Melalui keunggulan produk tersebut pihak produsen industri memiliki kekuatan tambahan guna mengendalikan keadaan pasar sehingga mampu menjadi monopolis di wilayah-wilayah pasarnya sendiri. Konsumen dihadapkan kepada pilihan produk yang terbatas. Dengan

demikian, keadaan ini menciptakan kekuatan pasar bagi produsen yang bersangkutan sehingga produsen tersebut pada gilirannya mampu mengendalikan keadaan pasar.

Sebaliknya, bila produk yang ditawarkan produsen tidak bercorak seragam (*homogen*), maka hal ini menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk berbelanja. Konsumen dapat memilih berbelanja kepada produsen mana saja yang disukainya sehingga hal tersebut memberikan alternatif yang terbatas bagi produsen guna membuat keputusan pasar. Dengan demikian, pasar cenderung kompetitif, dan produsen tidak dapat mengendalikan keadaan pasar guna menentukan harga dan output di dalam pasar yang secara semena-mena. Selanjutnya, harga dan output pasar akan tercipta melalui mekanisme pasar.

Elemen penting lainnya bagi produsen guna membuat keputusan di dalam pasar adalah faktor rintangan pasar. Produsen yang efisien dalam berproduksi pada dasarnya memiliki kekuatan alamiah guna merintangi para pesaing potensial untuk memasuki pasar. Harga jual produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen dapat diatur pihak produsen yang mapan menurut selera yang diinginkannya. Produsen yang mapan (*established firm*) dapat menentukan tingkat harga dan output yang menurutnya menguntungkan, dan melalui kekuatan tersebut produsen tersebut mampu meraih keuntungan pasar yang lebih besar. Sebaliknya, bagi produsen yang lemah keputusan tersebut sukar dijalankan. Perusahaan-perusahaan baru sering memerlukan perlindungan khusus dan umumnya tidak efisien. Oleh karena itu, produsen yang lemah sering gagal melakukan penetrasi pasar dan menguasai keadaan pasar.

Banyak teori-teori yang berhubungan dengan perilaku persaingan pasar yang telah dikembangkan oleh para ahli ekonomi industri. Masing-masing tindakan yang dijalankan oleh setiap perusahaan industri adalah memiliki ciri khusus tersendiri sehingga hal ini mewarnai pula perbedaan strategi yang dijalankan setiap perusahaan industri guna melakukan penetrasi pasar (*market penetration*). Perilaku kolusi merupakan perilaku umum yang terdapat di dalam pasar yang berstruktur oligopoli. Meskipun demikian, perilaku kolusi dapat terjadi pula pada industri monopoli. Setiap pesaing yang berada di dalam pasar yang berstruktur oligopoli pada dasarnya memiliki dua pilihan untuk berkolusi, yaitu apakah berkolusi secara formal, ataukah berkolusi secara informal. Kolusi formal ditandai adanya perjanjian-perjanjian yang bersifat mengikat. Setiap perusahaan yang melakukan persekutuan mengikatkan diri dengan persetujuan-persetujuan yang telah diatur secara ketat yang dibuat oleh mereka bersama secara tertulis, baik mengenai persetujuan harga, produksi, wilayah pasar dan lainnya yang sifatnya memberikan keuntungan secara bersama sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Di samping itu, pada persekutuan yang bersifat formal diberlakukan pula ancaman-ancaman yang dikenakan kepada setiap anggota yang melakukan pelanggaran perjanjian yang telah disepakati secara bersama. Aturan ini sengaja dibuat guna menghindari tindakan saling curiga dan merugikan antaranggota dalam persekutuan tersebut.

Pada sisi lain, kinerja pasar merupakan hasil-hasil atau prestasi yang muncul di dalam pasar sebagai reaksi akibat terjadinya tindakan-tindakan para pesaing pasar yang menjalankan berbagai strategi perusahaannya guna bersaing dan menguasai keadaan pasar. Kinerja pasar dapat muncul dalam berbagai bentuk, beberapa di antaranya adalah harga, keuntungan dan efisiensi.

Para ahli ekonomi mikro sering menempatkan variabel harga sebagai faktor penting yang membedakan kinerja pasar industri yang bersaing secara sempurna dengan industri yang tidak/relatif tidak bersaing. Pada situasi struktur pasar persaingan sempurna harga jual yang terjadi di pasaran cenderung rendah mengikuti gejolak pasar yang berlangsung dikarenakan di dalam pasar tidak ada satu pun produsen yang mampu mengendalikan keadaan pasar. Sebaliknya, pada situasi pasar yang tidak bersaing, misalnya struktur pasar monopoli keadaan harga jual di pasaran cenderung relatif tinggi. Hal tersebut terjadi karena produsen monopolis memiliki kemampuan penuh guna mengendalikan keadaan pasar sehingga monopolis tersebut dapat menentukan harga jual yang tinggi sesuai dengan kehendaknya dibandingkan dengan harga jual persaingan.

Begitu juga halnya mengenai faktor keuntungan perusahaan, di setiap struktur pasar industri yang berbeda-beda ditandai pula oleh suasana corak keuntungan yang diterima oleh setiap perusahaan industri yang berbeda-beda pula. Pada industri yang berstruktur pasar persaingan sempurna keuntungan yang diterima oleh setiap pesaing di dalam pasar merupakan keuntungan normal (*normal profit*). Produsen umumnya memproduksi pada situasi harga sama dengan biaya marginal dan biaya rata-rata. Sebaliknya, pada industri yang berstruktur pasar monopoli produsen memproduksi pada tingkat harga melebihi biaya rata-rata pada rentangan wilayah kurva biaya rata-rata yang sedang menurun sehingga monopolis memperoleh keuntungan super normal (*extra profit*).

Selanjutnya, dalam hal efisiensi ekonomi pada industri yang bersifat bersaing umumnya produsen memproduksi secara efisien. Setiap produsen memproduksi pada tingkat biaya marginal menyamai biaya rata-rata pada titik terendah. Namun demikian, pada industri yang berstruktur monopoli produsen memproduksi pada situasi penerimaan marginal sama dengan biaya marginal pada saat biaya rata-rata sedang mengalami penurunan. Dengan kata lain, monopolis sengaja memproduksi pada situasi kapasitas produksi yang rendah (*under capacity*) sehingga monopolis dapat memperoleh keuntungan super normal.

Kajian mengenai hubungan antara struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar bagi suatu industri senantiasa memang menarik perhatian untuk dipahami. Betapa tidak terjadinya ketidakharmonisan hubungan antareleman di dalam struktur pasar menyebabkan mekanisme pasar berjalan menjadi tidak sempurna, dan selanjutnya suasana pasar yang tidak sempurna menyebabkan pula muncul dan berkembangnya ketidakadilan di dalam perekonomian.

Studi ilmu ekonomi industri memperlihatkan, antara struktur pasar (*market structure*), perilaku pasar (*market conduct*), dan kinerja pasar (*market performance*) memiliki

hubungan keterkaitan yang sangat erat. Pada satu sisi struktur pasar menentukan perilaku perusahaan industri, dan perilaku perusahaan industri menentukan keadaan kinerja pasar. Selanjutnya, pada sisi lainnya terjadi hubungan timbal balik di antara ketiga dimensi tersebut, yaitu dapat terjadi kinerja pasar menentukan struktur pasar, dan struktur pasar menentukan perilaku pasar. Hubungan demikian secara sederhana dapat dipelajari melalui pandangan Stephen Martin seperti yang terlihat pada Gambar III.1 berikut (Martin, 1988: 7).



Gambar III.1 Kerangka Hubungan Struktur-Perilaku-Kinerja

Gambar III.1 mengilustrasikan bahwa ada hubungan timbal balik antara struktur, perilaku dan kinerja pasar. Struktur pasar menentukan perilaku pasar, selanjutnya perilaku pasar menentukan kinerja pasar. Begitupun sebaliknya, perilaku pasar menentukan keadaan struktur pasar, dan kemudian struktur menentukan kinerja pasar. Misalnya saja segala usaha-usaha penjualan yang diterapkan oleh para pesaing akan meningkatkan permintaan pasar output perusahaan, selanjutnya perubahan komposisi penguasaan output perusahaan pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan yang diterima oleh perusahaan yang bersangkutan. Hal yang serupa kinerja pasar, seperti *dynamic efficiency*, yaitu tingkat kemajuan teknologi menentukan struktur pasar, selanjutnya struktur pasar dan perilaku pasar menentukan kembali keadaan kinerja pasar. Pendekatan-pendekatan demikian adalah lazim dijumpai pada kajian-kajian ekonomi industri yang disampaikan oleh para ahli ekonomi industri guna mengamati, ataupun mempelajari hubungan keterkaitan antareleman-elemen pada struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar di dalam kejadian ekonomi sehari-hari. Perbedaan sudut pandang adalah semata-mata didasarkan kepada penekanan sisi penting manakah dari suatu kajian industri yang perlu ditonjolkan dengan tidak menghilangkan arti penting hubungan keterkaitan dari ketiga dimensi antara struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar yang dipelajari.

Pada bentuk lainnya hubungan keterkaitan di dalam organisasi industri antara kondisi struktur pasar, perilaku pasar dan kinerja pasar dapat pula diilustrasikan melalui hubungan keterkaitan berikut. Industri oligopoli yang memiliki rintangan alamiah, yaitu efisien di dalam memproduksi pada dasarnya perusahaan industri tersebut dapat meraih keuntungan pasar yang lebih besar. Oligopolis tersebut dapat mengatur harga jual yang tentukannya sampai kepada tingkat biaya produksi marginal yang dikeluarkannya

bilamana hal tersebut dikehendakinya. Oligopolis mengatur harga yang menurutnya tidak/sedikit mengundang perhatian pesaing potensial guna memasuki pasar. Pada situasi tingkat harga yang lebih rendah tersebut memang terlihat oligopolis tidaklah memperoleh keuntungan per kesatuan yang lebih besar dibandingkan dengan sebelumnya karena harga jual yang telah ditentukannya menjadi relatif rendah. Namun demikian, sebagai gantinya pada tingkat harga jual yang rendah ini bagian pasar oligopolis justru menjadi meningkat sehingga dengan demikian secara keseluruhan keuntungan total yang diperoleh dan dapat dinikmati oleh para oligopolis menjadi meningkat.

Tabel III.1 Hubungan antara Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar

NO	Keadaan yang Diamati	
I	Market Structure Dimensions	Characteristics
	1. Seller contraction	Atomism, oligopoly, monopoly
	2. Buyer concentration	Atomism, oligopsony, monopsony
	3. Product substitution	Product homogeneity or differentiation
	4. Entry condition	Freedom of entry, impeded entry or blocked entry
II	Market Conduct Dimensions	Characteristics
	1. Price Policies	
	1.a. Objective	Profit, sales revenue, growth, etc.
	1.b. Bases	Cost plus, marginal cost
	1.c. Tactics	Price discrimination, etc.
	1.d. Co-ordination	Price leadership, collusion, etc.
	2. Product and Sales Policies	
	2.a. Product policies	Technological progressiveness in product design and production processes
	2.b. Sales policies	Advertising and promotional techniques and expenditure
III	Market Performance Dimensions	Characteristics
	1. Profitability	Rate of return on capital employed, etc.
	2. Efficiency	Technical efficiency-plan size, production methods, etc. (including technological progressiveness and rate of response to changes in demand)
	3. Product	Design, quality and variety
	4. Promotion	Advertising sales ratio

Secara umum hubungan keterkaitan antara struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar beserta unsur-unsur yang terkait di dalamnya dapat disimak pada ilustrasi ringkas yang disampaikan oleh Howe seperti yang terlihat pada Tabel 3.1 (Howe, 1978: 49-50). Pada Tabel 3.1 diperlihatkan, Howe mencoba membuat klasifikasi pokok, baik pada bagian dimensi struktur pasar, maupun perilaku pasar dan kinerja pasar. Dari sisi struktur pasar Howe menempatkan empat elemen pokok, yaitu keadaan-keadaan penjual, pembeli, produk, dan faktor rintangan dengan segala karakteristik yang melekat pada kondisi dasar. Keadaan struktur pasar industri akan tampil menjadi berbeda-beda bila saja elemen-elemen dasar yang melekat pada dirinya berbeda-beda. Misalnya, industri monopoli memiliki kondisi dasar konsentrasi penjual bersifat tunggal, konsentrasi pembeli bersifat otonomistik, keadaan produk bersifat homogen, dan

keadaan memasuki pasar terblokir, terhalang, atau tertutup. Sebaliknya, keadaan pasar menjadi otonomistik bila saja tidak terjadi konsentrasi, baik pada penjual maupun pada pembeli, kemudian produk bersifat homogen, dan tidak terdapatnya rintangan bagi calon pesaing guna memasuki pasar.

III.2. Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 2025-2045

RPJP Nasional Tahun 2025-2045 memiliki tujuan utama untuk mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045, yaitu Indonesia sebagai NKRI yang bersatu, berdaulat, maju dan berkelanjutan. Visi Indonesia Emas 2045 Merupakan manifestasi visi bernegara Indonesia yaitu merdeka, bersatu, berdaulat, adil, dan makmur sebagaimana tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Untuk Mewujudkan visi bernegara melalui Visi Indonesia Emas 2045, diperlukan suatu bentuk Perencanaan Pembangunan Nasional Jangka panjang yang menjadi arah dan prioritas pembangunan yang menyeluruh untuk dijadikan sebagai panduan utama Pembangunan Nasional yang dilaksanakan secara inklusif oleh seluruh elemen bangsa.

Visi Indonesia Emas 2045 diwujudkan melalui 8 (delapan) Misi Pembangunan dalam bentuk agenda Pembangunan Nasional, yang merupakan upaya besar yang akan dilaksanakan untuk tercapainya tujuan NKRI yang bersatu, berdaulat, maju, dan berkelanjutan. Misi Pembangunan terdiri dari 3 (tiga) transformasi Indonesia, 2 (dua) landasan transformasi, dan 3 (tiga) kerangka implementasi transformasi. Kedelapan agenda tersebut dilaksanakan melalui 17 (tujuhbelas). Arah Pembangunan yang diukur melalui 45 (empat puluh lima) indikator utama pembangunan.

RPJP Nasional Tahun 2025-2045 disusun dengan mempertimbangkan berbagai aspek dalam pembangunan berkelanjutan, yang salah satunya adalah menjadikan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), atau yang secara global dikenal sebagai Sustainable Development Goals (SDGs) yang dideklarasikan dalam forum Sidang Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa pada bulan September 2015. SDGs yang merupakan komitmen global telah diadopsi ke dalam kerangka pengaturan peraturan perundang-undangan di NKRI dalam beberapa tingkat peraturan perundang-undangan. Oleh karenanya, sebagai bentuk pemenuhan komitmen baik pada tingkatan global maupun nasional, adalah merupakan suatu keharusan bagi penyusunan RPJP Nasional Tahun 2025-2045 ini untuk memperhatikan, mempertimbangkan, serta menjadikan 17 (tujuh belas) tujuan dan sasaran SDGs sebagai bagian yang terintegrasi dalam perencanaan Pembangunan Nasional Jangka panjang di Indonesia. Hal tersebut secara eksplisit tertulis dalam visi yang hendak dicapai melalui Visi Indonesia Emas 2045, yaitu Indonesia sebagai NKRI yang bersatu, berdaulat, maju, dan berkelanjutan.

RPJP Nasional sebagai pedoman memuat seluruh aspek pembangunan. Meskipun demikian, dalam upaya mewujudkan Indonesia Emas 2045, terdapat 20 upaya transformatif super prioritas (*game changers*), yaitu: Tiga Belas (13) Upaya Transformatif Super Prioritas (*game changers*) untuk Transformasi Indonesia. Salah satu bentuk transformasi adalah transformasi ekonomi. Transformasi ekonomi merupakan titik penting untuk meningkatkan produktivitas faktor produksi dan produktivitas perekonomian secara keseluruhan agar Indonesia dapat keluar dari

jebakan negara berpendapatan menengah, menjadi negara maju. Dalam transformasi ekonomi terdapat upaya industrialisasi berupa hilirasi industri berbasis SDA unggulan, industri padat karya terampil, padat teknologi dan inovasi, serta berorientasi ekspor.

Prioritas industri yang akan dikembangkan ke depan adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 3.2 yang akan mendukung pengembangan koridor ekonomi tematik wilayah. Selain itu, tahapan kebijakan industrialisasi selama 2025-2045 terdapat pada Tabel III.3 berikut.

Tabel III.2 Tema Koridor Ekonomi

INDUSTRI PRIORITAS	TEMA KORIDOR EKONOMI (KE)						
	KE Sumatera	KE Jawa	KE Bali Nusa Tenggara	KE Kalimantan	KE Sulawesi	KE Maluku	KE Papua
	Industri Berbasis SDA dan Hub ekonomi baru Barat Indonesia	Industri Berbasis Inovasi, Riset, dan Teknologi	Superhub Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nusantara Bertaraf Internasional	Superhub Ekonomi Nusantara	Penyanggah Superhub Ekonomi Nusantara dan Industri Berbasis SDA	Hub Ekonomi Baru Timur Indonesia	Industri Kimia Dasar dan Berbasis Agro
Industri Berbasis Sumber Daya Alam							
• Agro (pertanian, perkebunan, kehutanan)	✓		✓	✓	✓	✓	✓
• Hibridasi tambang	✓			✓	✓	✓	✓
• Sumber daya laut	✓				✓	✓	
Industri Dasar							
• Kimia Dasar		✓		✓	✓	✓	✓
• Logam		✓		✓			
Industri Berteknologi Menengah-Tinggi							
• Perkapalan	✓	✓					
• Kedirgantaraan		✓					
• Otomotif dan Alat Angkut	✓	✓		✓			
• Pertahanan		✓					
• Alat Kesehatan		✓					
• Produk Kimia dan Farmasi	✓	✓		✓			
• Mesin dan Perekangapan	✓	✓					
• Elektronik		✓					
• Digital		✓					
Industri Barang Konsumsi Berkelanjutan							
• Makanan dan Minuman	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Tekstil dan Produk Tekstil	✓	✓					
• Alat Raks		✓					
Industri Berbasis Inovasi dan Riset							
• Ekonomi Biru	✓	✓		✓		✓	
• Bioekonomi	✓	✓		✓		✓	
Industri Kreatif							
• Seni, Budaya dan Kesenian	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Film, Animasi dan Visual Arts	✓	✓	✓				
• Kuliner	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Pengembangan Aplikasi dan Gsm		✓	✓				

Tabel III.3 Tahapan Kebijakan Industrialisasi

	 Tahap 1	 Tahap 2	 Tahap 3	 Tahap 4
	2025 - 2029 Penguatan Ekosistem Industrialisasi dan Peningkatan Kompleksitas Produk Industri	2030 - 2034 Penguatan Kompleksitas Produk Industri	2035 - 2039 Penguatan Daya Saing Industri menuju Ekosistem Global	2040 - 2045 Indonesia Manufacturing the World
Persentase Industri Penguatan terhadap PDB	21,9%	26,6%	30,0%	28,0%
INDUSTRI PRIORITAS	Rata-rata Investasi: 6,4 - 6,7 persen	Rata-rata Investasi: 7,1 - 8,2 persen	Rata-rata Investasi: 6,5 - 7,7 persen	Rata-rata Investasi: 5,4 - 6,1 persen
1. Industri Berbasis Sumber Daya Hayati				
- Biji-bijian	1,2	1,2	1,2	1,2
- Kakao	1,2	1,2	1,2	1,2
- Minyak Atsiri	1,2	1,2	1,2	1,2
- Kelapa	1,2	1,2	1,2	1,2
- Kopi	1,2	1,2	1,2	1,2
- Rempah Lada	1,2	1,2	1,2	1,2
2. Industri Berbasis Mineral Penting				
- Nikel & Bauxit	1,2	1,2	1,2	1,2
- Kompositan EV	1,2	1,2	1,2	1,2
- Stainless Steel	1,2	1,2	1,2	1,2
- Tambaga	1,2	1,2	1,2	1,2
- Besi-besi	1,2	1,2	1,2	1,2
- Mika	1,2	1,2	1,2	1,2
- Timah	1,2	1,2	1,2	1,2
- Emas	1,2	1,2	1,2	1,2
- Perak	1,2	1,2	1,2	1,2
3. Industri Dasar				
- Kimia	1,2	1,2	1,2	1,2
- Logam	1,2	1,2	1,2	1,2
4. Industri Berteknologi Menengah-Tinggi				
- Otomotif dan Alat Angkut (EV)	1,2	1,2	1,2	1,2
- Elektronik	1,2	1,2	1,2	1,2
- Perkapalan	1,2	1,2	1,2	1,2
- Kedokteranan	1,2	1,2	1,2	1,2
- Kimia dan Farmasi	1,2	1,2	1,2	1,2
- Mesin dan Perangkap	1,2	1,2	1,2	1,2
- Alat Kesehatan	1,2	1,2	1,2	1,2
- Digital	1,2	1,2	1,2	1,2
5. Industri Barang Konsumsi Berkelanjutan				
- Makanan Minuman	1,2	1,2	1,2	1,2
- Tekstil dan Produk Tekstil	1,2	1,2	1,2	1,2
- Alat Kain	1,2	1,2	1,2	1,2
6. Industri Berbasis Inovasi dan Riset				
- Ekonomi Biru	1,2	1,2	1,2	1,2
- Bioekonomi	1,2	1,2	1,2	1,2
7. Industri Kreatif				
- Seni, Budaya, dan Kesenian	1,2	1,2	1,2	1,2
- Film, Animasi, dan Visual Arts	1,2	1,2	1,2	1,2
- Kuliner	1,2	1,2	1,2	1,2
- Pengembangan Aplikasi dan Gam	1,2	1,2	1,2	1,2
Mainstreaming Pemerataan Industri Hijau Key Factor 1. Penyipaan SDM Industri (Vokasi dan STEAM) 2. Digitalisasi Industri Sesuai dengan Karakteristik Industri Terutama & Kawasan Industri 3. Kolaborasi Triple Helix 4. Pengembangan dan Penguatan riset inovasi dan teknologi intelektual				

III.3. Perindustrian

Berdasarkan Undang-Undang No.3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, perindustrian diartikan sebagai tatanan dan segala kegiatan yang bertalian dengan kegiatan industri. Sementara industri diartikan seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri. Perindustrian diselenggarakan dengan tujuan untuk:

- a. mewujudkan Industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional;
- b. mewujudkan kedalaman dan kekuatan struktur Industri;
- c. mewujudkan Industri yang mandiri, berdaya saing, dan maju, serta Industri Hijau;
- d. mewujudkan kepastian berusaha, persaingan yang sehat, serta mencegah pemusatan atau penguasaan Industri oleh satu kelompok atau perseorangan yang merugikan masyarakat;
- e. membuka kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja;
- f. mewujudkan pemerataan pembangunan Industri ke seluruh wilayah Indonesia guna memperkuat dan memperkukuh ketahanan nasional; dan
- g. meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan.

Pemerintah telah mengatur beberapa hal terkait industri di Indonesia, antara lain:

- a. penyelenggaraan urusan pemerintahan di bidang Perindustrian;
- b. Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional;
Untuk mewujudkan tujuan penyelenggaraan Perindustrian, disusun Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional. Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional. Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional merupakan pedoman bagi Pemerintah dan pelaku Industri dalam perencanaan dan pembangunan Industri. Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional disusun untuk jangka waktu 20 (dua puluh) tahun dan dapat ditinjau kembali setiap 5 (lima) tahun.
- c. Kebijakan Industri Nasional;
Kebijakan Industri Nasional merupakan arah dan tindakan untuk melaksanakan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional. Kebijakan Industri Nasional paling sedikit meliputi:
 1. sasaran pembangunan Industri;
 2. fokus pengembangan Industri;
 3. tahapan capaian pembangunan Industri;
 4. pengembangan sumber daya Industri;
 5. pengembangan sarana dan prasarana;
 6. pengembangan perwilayahan Industri; dan
 7. fasilitas fiskal dan nonfiskal.

Kebijakan Industri Nasional disusun untuk jangka waktu 5 (lima) tahun. Kebijakan Industri Nasional disusun oleh Menteri berkoordinasi dengan instansi terkait dan mempertimbangkan masukan dari pemangku kepentingan terkait.

- Kebijakan Industri Nasional dijabarkan ke dalam Rencana Kerja Pembangunan Industri.
- d. perwilayahan Industri;
Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah melakukan percepatan penyebaran dan pemerataan pembangunan Industri ke seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui perwilayahan Industri.
 - e. pembangunan sumber daya Industri;
 - f. pembangunan sarana dan prasarana Industri;
 - g. pemberdayaan Industri;
 - h. tindakan pengamanan dan penyelamatan Industri;
 - i. perizinan, penanaman modal bidang Industri, dan fasilitas;
 - j. Komite Industri Nasional;
 - k. peran serta masyarakat; dan
 - l. pengawasan dan pengendalian.

Salah satu aspek penting dalam perindustrian adalah pembangunan sumber daya industri yang meliputi: pembangunan sumber daya manusia, pemanfaatan sumber daya alam, pengembangan dan pemanfaatan teknologi industri, pengembangan dan pemanfaatan kreatifitas dan inovasi serta penyediaan sumber pembiayaan.

III.4. Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian telah meletakkan industri sebagai salah satu pilar ekonomi dan memberikan peran yang cukup besar kepada pemerintah untuk mendorong kemajuan industri nasional secara terencana. Peran tersebut diperlukan dalam mengarahkan perekonomian nasional untuk tumbuh lebih cepat dan mengejar ketertinggalan dari negara lain yang lebih dahulu maju.

Untuk memperkuat dan memperjelas peran pemerintah dalam pembangunan industri nasional, perlu disusun perencanaan pembangunan industri nasional yang sistematis, komprehensif, dan futuristik dalam wujud Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035 yang selanjutnya disebut RIPIN 2015-2035. Penyusunan RIPIN 2015-2035 selain dimaksudkan untuk melaksanakan amanat ketentuan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian juga dimaksudkan untuk mempertegas keseriusan pemerintah dalam mewujudkan tujuan penyelenggaraan perindustrian, yaitu:

1. mewujudkan industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional;
2. mewujudkan kedalaman dan kekuatan struktur industri;
3. mewujudkan industri yang mandiri, berdaya saing, dan maju, serta Industri Hijau;
4. mewujudkan kepastian berusaha, persaingan yang sehat, serta mencegah pemusatan atau penguasaan industri oleh satu kelompok atau perseorangan yang merugikan masyarakat;
5. membuka kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja;

6. mewujudkan pemerataan pembangunan industri ke seluruh wilayah Indonesia guna memperkuat dan memperkukuh ketahanan nasional; dan
7. meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan.

Visi, Misi dan Strategi Pembangunan Industri

Visi Pembangunan Industri Nasional adalah Indonesia Menjadi Negara Industri Tangguh. Industri Tangguh bercirikan:

1. struktur industri nasional yang kuat, dalam, sehat, dan berkeadilan;
2. industri yang berdaya saing tinggi di tingkat global; dan
3. industri yang berbasis inovasi dan teknologi.

Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, pembangunan industri nasional mengemban misi sebagai berikut:

1. meningkatkan peran industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional;
2. memperkuat dan memperdalam struktur industri nasional;
3. meningkatkan industri yang mandiri, berdaya saing, dan maju, serta Industri Hijau;
4. menjamin kepastian berusaha, persaingan yang sehat, serta mencegah pemusatan atau penguasaan industri oleh satu kelompok atau perseorangan yang merugikan masyarakat;
5. membuka kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja;
6. meningkatkan persebaran pembangunan industri ke seluruh wilayah Indonesia guna memperkuat dan memperkukuh ketahanan nasional; dan
7. meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan.

Strategi yang ditempuh untuk mencapai visi dan misi pembangunan industri nasional adalah sebagai berikut:

1. mengembangkan industri hulu dan industri antara berbasis sumber daya alam;
2. melakukan pengendalian ekspor bahan mentah dan sumber energi;
3. meningkatkan penguasaan teknologi dan kualitas sumber daya manusia (SDM) industri;
4. menetapkan Wilayah Pengembangan Industri (WPI);
5. mengembangkan Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri (WPPI), Kawasan Peruntukan Industri, Kawasan Industri, dan Sentra Industri kecil dan industri menengah;
6. menyediakan langkah-langkah afirmatif berupa perumusan kebijakan, penguatan kapasitas kelembagaan dan pemberian fasilitas kepada industri kecil dan industri menengah;
7. melakukan pembangunan sarana dan prasarana Industri;
8. melakukan pembangunan industri hijau;
9. melakukan pembangunan industri strategis;
10. melakukan peningkatan penggunaan produk dalam negeri; dan

11. meningkatkan kerjasama internasional bidang industri.

Penahapan Capaian Pembangunan Industri

Penahapan capaian pembangunan industri prioritas dilakukan untuk jangka menengah dan jangka panjang. Sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN), tahapan dan arah rencana pembangunan industri nasional diuraikan sebagai berikut:

1. **Tahap I (2015-2019)**

Arah rencana pembangunan industri nasional pada tahap ini dimaksudkan untuk meningkatkan nilai tambah sumber daya alam pada industri hulu berbasis agro, mineral dan migas, yang diikuti dengan pembangunan industri pendukung dan andalan secara selektif melalui penyiapan SDM yang ahli dan kompeten di bidang industri, serta meningkatkan penguasaan teknologi.

2. **Tahap II (2020-2024)**

Arah rencana pembangunan industri nasional pada tahap ini dimaksudkan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan berwawasan lingkungan melalui penguatan struktur industri dan penguasaan teknologi, serta didukung oleh SDM yang berkualitas.

3. **Tahap III (2025-2035)**

Arah rencana pembangunan industri nasional pada tahap ini dimaksudkan untuk menjadikan Indonesia sebagai Negara Industri Tangguh yang bercirikan struktur industri nasional yang kuat dan dalam, berdaya saing tinggi di tingkat global, serta berbasis inovasi dan teknologi.

Bangun Industri Nasional

Bangun industri nasional berisikan industri andalan masa depan, industri pendukung, dan industri hulu, dimana ketiga kelompok industri tersebut memerlukan modal dasar berupa sumber daya alam, sumber daya manusia, serta teknologi, inovasi, dan kreativitas. Pembangunan industri di masa depan tersebut juga memerlukan prasyarat berupa ketersediaan infrastruktur dan pembiayaan yang memadai, serta didukung oleh kebijakan dan regulasi yang efektif.

- a. **Karakteristik Industri Nasional Tahun 2035**

Industri nasional tahun 2035 memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Industri manufaktur kelas dunia (*world class manufacturing*), yang memiliki basis industri yang kuat dengan kondisi:
 - a. tumbuh dan berkembangnya industri manufaktur dengan berbasis sumber daya nasional;
 - b. terbangunnya modal dasar dan prasyarat pembangunan industri; dan
 - c. terbentuknya daya saing yang kuat di pasar internasional.
2. Struktur industri yang kuat sebagai motor penggerak utama (*prime mover*) perekonomian dengan ciri sebagai berikut:
 - a. mempunyai kaitan (*linkage*) yang kuat dan sinergis antarsubsektor industri dandengan berbagai sektor ekonomi lainnya;
 - b. memiliki kandungan lokal yang tinggi;

- c. menguasai pasar domestik;
 - d. memiliki produk unggulan industri masa depan;
 - e. dapat tumbuh secara berkelanjutan; dan
 - f. mempunyai daya tahan (resilience) yang tinggi terhadap gejolak perekonomian dunia.
3. Sinergitas yang kuat antaraindustri kecil, menengah, dan besar yang menjalankan perannya sebagai sebuah rantai pasok (supply chain). Sinergitas tersebut harus dibangun melalui hubungan yang saling menguntungkan dan saling membutuhkan antarskala usaha sektor industri secara nasional.
 4. Peran dan kontribusi industri manufaktur yang semakin penting dalam ekonomi nasional sebagai tumpuan bagi penciptaan lapangan kerja, penciptaan nilai tambah, penguasaan pasar domestik, pendukung pembangunan berkelanjutan, dan menghasilkan devisa.

b. Kerangka Pikir Bangun Industri Nasional

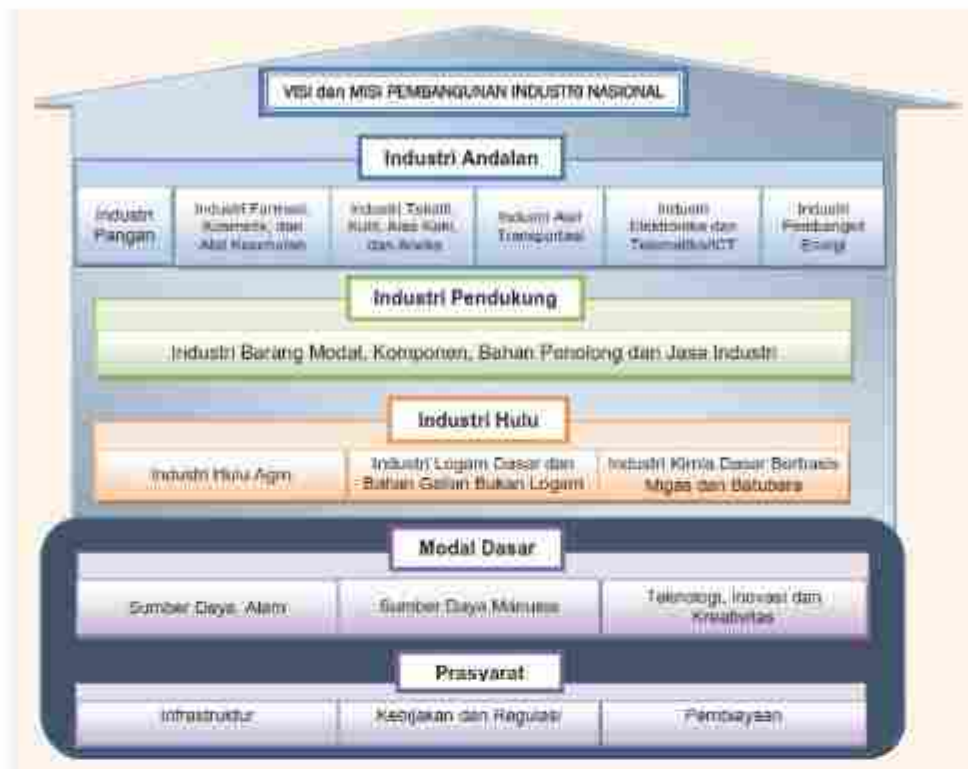
Kerangka Pikir Bangun Industri Nasional tahun 2035 sebagaimana terdapat pada Gambar III.2 mencakup:

1. Industri Andalan, yaitu industri prioritas yang berperan besar sebagai penggerak utama (prime mover) perekonomian di masa yang akan datang. Selain memperhatikan potensi sumber daya alam sebagai sumber keunggulan komparatif, industri andalan tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang mengandalkan sumber daya manusia yang berpengetahuan dan terampil, serta ilmu pengetahuan dan teknologi.
2. Industri Pendukung, yaitu industri prioritas yang berperan sebagai faktor pemungkin (enabler) bagi pengembangan industri andalan secara efektif, efisien, integratif dan komprehensif.

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka dirumuskan kriteria penentuan industri prioritas sebagai berikut:

1. Kriteria secara kuantitatif terdiri dari:
 - a. memenuhi kebutuhan dalam negeri dan substitusi impor, atau memiliki potensi pasar yang tumbuh pesat di dalam negeri;
 - b. meningkatkan kuantitas dan kualitas penyerapan tenaga kerja, atau berpotensi dan/atau mampu menciptakan lapangan kerja produktif;
 - c. memiliki daya saing internasional, atau memiliki potensi untuk tumbuh dan bersaing di pasar global;
 - d. memberikan nilai tambah yang tumbuh progresif di dalam negeri, atau memiliki potensi untuk tumbuh pesat dalam kemandirian;
 - e. memperkuat, memperdalam, dan menyehatkan struktur industri; dan
 - f. memiliki keunggulan komparatif, penguasaan bahan baku, dan teknologi.
2. Kriteria secara kualitatif terdiri dari:
 - a. memperkuat konektivitas ekonomi nasional;

- b. menopang ketahanan pangan, kesehatan dan energi; dan
- c. mendorong penyebaran dan pemerataan industri.



Gambar III.2 Bangun Industri Nasional

Berdasarkan dokumen RIPIN 2015-2035, ditetapkan beberapa industri prioritas, seperti:

- a. Industri Pangan;
- b. Industri Farmasi, Kosmetik dan Alat Kesehatan;
- c. Industri Tekstil, Kulit, Alas Kaki dan Aneka;
- d. Industri Alat Transportasi;
- e. Industri Elektronika dan Telematika/ICT;
- f. Industri Pembangkit Energi;
- g. Industri Barang Modal, Komponen, Bahan Penolong dan Jasa Industri;
- h. Industri Hulu Agro;
- i. Industri Logam Dasar dan Bahan Galian Bukan Logam;
- j. Industri Kimia Dasar Berbasis Migas dan Batubara;

III.5. Penyelenggaraan Perindustrian

Pembangunan nasional dilaksanakan dengan memanfaatkan kekuatan dan kemampuan sumber daya yang tangguh dan didukung oleh nilai-nilai budaya luhur bangsa guna mewujudkan kedaulatan, kemandirian, dan ketahanan bangsa untuk kepentingan nasional. Pembangunan nasional di bidang ekonomi dilaksanakan untuk menciptakan struktur ekonomi yang mandiri, sehat, dan kukuh dengan menempatkan pembangunan Industri sebagai penggerak utama.

Pembangunan Industri merupakan salah satu pilar utama pembangunan perekonomian nasional, yang diarahkan dengan menerapkan prinsip-prinsip pembangunan industri yang berkelanjutan yang didasarkan pada aspek pembangunan ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup. Saat ini pembangunan industri dihadapkan pada persaingan global yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri nasional. Peningkatan daya saing industri merupakan salah satu pilihan yang harus dilakukan agar produk industri nasional mampu bersaing, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Langkah-langkah dalam rangka peningkatan daya saing dan daya tarik investasi antara lain memastikan ketersediaan bahan baku dan/atau bahan penolong untuk industri, menciptakan iklim usaha yang kondusif, efisiensi, kepastian hukum, pemberian fasilitas fiskal dan nonfiskal, serta kemudahan lainnya dalam kegiatan usaha industri, termasuk juga kegiatan usaha di kawasan industri.

Dalam rangka menjaga kelangsungan proses produksi dan pengembangan industri, pemerintah berkomitmen untuk memberikan kemudahan dalam memperoleh Bahan Baku dan/atau Bahan Penolong Industri dengan menjamin ketersediaannya, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini dilakukan melalui pelarangan atau pembatasan ekspor Bahan Baku dan/atau Bahan Penolong, kemudahan impor, serta menjamin kelancaran distribusi Bahan Baku dan/atau Bahan Penolong Industri di dalam wilayah Indonesia melalui pemetaan dan penetapan wilayah penyediaan, pengenalan penggunaan bahan alternatif, serta pengembangan industri hulu dan industri antara berbasis sumber daya alam.

Peran serta masyarakat dalam pembangunan industri bertujuan untuk mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam meningkatkan kemajuan dan keberhasilan pembangunan industri. Hal ini diwujudkan melalui pemberian saran, pendapat, dan usulan, serta penyampaian informasi dan laporan mengenai pelaksanaan pembangunan industri, agar sesuai dengan rencana yang telah disusun, termasuk informasi mengenai pelaksanaan industri yang berwawasan lingkungan.

Industri Strategis adalah industri prioritas yang memenuhi kebutuhan penting masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan menguasai hajat hidup orang banyak, meningkatkan nilai tambah sumber daya alam strategis, atau memiliki kaitan dengan kepentingan pertahanan dan keamanan negara. Meskipun peranannya diakui penting, dalam praktiknya Industri Strategis belum berkontribusi secara optimal. Hal ini disebabkan oleh berbagai tantangan, seperti besarnya nilai investasi, tingginya risiko usaha, rendahnya margin keuntungan, serta kebutuhan teknologi tinggi.

Oleh karena itu, pengembangan Industri Strategis tidak dapat sepenuhnya diserahkan pada swasta, melainkan memerlukan keterlibatan dan dukungan pemerintah. Pemerintah perlu mengambil peran dalam mempercepat pembangunan Industri Strategis melalui penguatan kepemilikan, penetapan kebijakan, serta pengelolaan sektor hulu hingga distribusi dan harga.

Dalam pelaksanaan pembangunan industri, pemerintah memberikan perhatian khusus terhadap pengawasan dan pengendalian kegiatan usaha industri dan kegiatan usaha di kawasan industri. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan industri dan perusahaan kawasan industri telah memenuhi ketentuan peraturan di bidang perindustrian. Pengawasan ini mencakup berbagai aspek, seperti sumber daya manusia industri, pemanfaatan sumber daya alam, manajemen energi, manajemen air, Standar Nasional Indonesia (SNI), spesifikasi teknis, pedoman tata cara, data industri dan kawasan industri, standar industri hijau, standar kawasan industri, serta perizinan berusaha untuk kegiatan industri dan kawasan industri. Selain itu, pengawasan juga mencakup aspek keamanan dan keselamatan alat, proses, hasil produksi, penyimpanan, dan pengangkutan.

Pemerintah juga melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap lembaga penilaian kesesuaian yang melakukan evaluasi terhadap SNI, spesifikasi teknis, dan/atau pedoman tata cara. Pembinaan ini mencakup penguatan dalam hal pengujian, inspeksi, dan sertifikasi barang dan/atau jasa industri melalui pemberian bantuan teknis, konsultasi, pelatihan, serta kerja sama dengan lembaga penilaian di tingkat nasional maupun internasional. Pemerintah juga meminta laporan secara berkala mengenai pelaksanaan sertifikasi, pengujian kesesuaian mutu, dan hasil inspeksi sebagai bagian dari proses pengawasan.

Pokok-pokok pengaturan dalam Peraturan Pemerintah ini mencakup kemudahan memperoleh bahan baku dan/atau bahan penolong, pembinaan dan pengawasan terhadap lembaga penilaian kesesuaian, serta peran serta masyarakat dalam pembangunan industri dan pengendalian kegiatan usaha industri dan kawasan industri.

III.6. Perwilayahan Industri

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, yang telah diubah melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja, memberikan kewenangan kepada Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah untuk mempercepat penyebaran dan pemerataan pembangunan industri di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui kebijakan Perwilayahan Industri. Upaya pengembangan wilayah industri ini dapat dilakukan melalui pengembangan WPPI (Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri), KPI (Kawasan Peruntukan Industri), pembangunan Kawasan Industri, dan pengembangan Sentra IKM.

Untuk mendukung terciptanya kegiatan industri yang efisien dan efektif, serta melaksanakan amanat Pasal 63 ayat (5) dari Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian sebagaimana telah diubah melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023, telah ditetapkan pula Peraturan Pemerintah Nomor 142 Tahun 2015 tentang Kawasan Industri. Namun, pembangunan dan pengembangan kawasan industri memerlukan dukungan dari kebijakan pengembangan wilayah yang bersifat spasial, terutama dalam penyediaan infrastruktur industri di sekitar kawasan tersebut. Oleh karena itu, guna mempercepat penyebaran dan pemerataan pembangunan industri,

diperlukan pengaturan yang lebih terintegrasi antara pembangunan kawasan industri dengan WPPI, KPI, dan sentra IKM.

Pengembangan kebijakan perwilayahan industri didasarkan pada beberapa kondisi yang melatarbelakanginya, yaitu:

- a. Ketimpangan pembangunan industri antarwilayah di Indonesia yang masih didominasi oleh pembangunan industri di Pulau Jawa, khususnya untuk industri pengolahan nonmigas;
- b. Infrastruktur dasar dan pendukung sektor industri masih belum optimal, terutama di luar Pulau Jawa, sehingga pertumbuhan dan perkembangan industri di wilayah tersebut terbatas.
- c. Pengembangan industri di Indonesia masih terfragmentasi antar sektor dan wilayah, sehingga nilai tambah yang dihasilkan belum maksimal dan belum saling mendukung.
- d. Belum terdapat koordinasi yang jelas dan sinergis antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dalam mengoptimalkan perwilayahan industri.

Pengembangan Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri (WPPI)

Pengembangan WPPI bertujuan untuk:

- a. Mendorong efektivitas pemanfaatan sumber daya industri antarwilayah dalam pengembangan industri;
- b. Mendorong penguatan infrastruktur industri; dan
- c. Memperkuat konektivitas yang memiliki keterkaitan ekonomi kuat dengan wilayah di sekitarnya.

Sementara itu pelaksanaan pengembangan WPPI dilakukan melalui:

- a. Penyediaan dan pemanfaatan sumber daya alam;
- b. Pengembangan sumber daya manusia industri;
- c. Pengembangan dan pemanfaatan teknologi industri;
- d. Penyediaan infrastruktur industri;
- e. Penguatan iklim investasi; dan
- f. Pemberian fasilitas.

Pengembangan Kawasan Peruntukan Industri (KPI)

Pengembangan KPI bertujuan untuk:

- a. Mengarahkan agar kegiatan industri dapat berlangsung secara efisien dan produktif;
- b. Mendorong pemanfaatan Sumber Daya Industri; dan
- c. Mengendalikan dampak lingkungan yang dihasilkan oleh kegiatan industri.

Sementara itu pengembangan KPI meliputi:

- a. Penetapan KPI;
- b. Perencanaan pengembangan KPI;
- c. Pelaksanaan pengembangan KPI;
- d. Pembinaan pengembangan KPI; dan
- e. Pemantauan dan evaluasi pengembangan KPI.

Kawasan Industri

Untuk mendukung kegiatan industri yang efisien dan efektif dibangun kawasan industri yang keberadaannya harus sesuai dengan RTW. Pembangunan Kawasan Industri bertujuan untuk:

- a. Mempercepat penyebaran dan pemerataan pembangunan industri;
- b. Meningkatkan upaya pembangunan industri yang berwawasan lingkungan;
- c. Meningkatkan daya saing investasi dan daya saing industri;
- d. Memberikan kepastian lokasi sesuai RTRW; dan
- e. Menciptakan lapangan kerja.

Pembangunan Kawasan Industri dilakukan oleh badan Usaha yang berbentuk badan hukum dan didirikan berdasarkan hukum Indonesia serta berkedudukan di Indonesia. Badan usaha sendiri dapat berbentuk:

- a. Badan Usaha Milik Negara atau badan usaha milik daerah;
- b. Koperasi; atau
- c. Perseroan Terbatas.

Kawasan industri dibangun dengan luas lahan paling sedikit 50 (lima puluh) hektar dalam satu hamparan.

Pengembangan Sentra IKM

Pengembangan Sentra IKM oleh Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah bertujuan untuk:

- a. Mendukung Industri prioritas Nasional dan Industri unggulan daerah;
- b. Menghasilkan nilai tambah potensi daerah;
- c. Meningkatkan daya saing produk Industri Unggulan daerah; dan
- d. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

Pengembangan Sentra IKM dilakukan pada setiap wilayah kabupaten/kota. Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah Provinsi dapat memfasilitasi percepatan pengembangan Sentra IKM dengan bentuk fasilitas sebagai berikut:

- a. Pengusulan lokasi Sentra IKM;
- b. Pengusulan jenis produk unggulan atau proses produksi utama IKM;
- c. Penyediaan lahan untuk pembangunan Sentra IKM;
- d. Penyediaan infrastruktur industri; dan atau
- e. Fasilitas akses permodalan, pemasaran, kemitraan, standarisasi dan mutu, teknologi dan desain.

Ruang lingkup pengembangan Sentra IKM meliputi:

- a. Penetapan Sentra IKM;
- b. Pelaksanaan pengembangan Sentra IKM;
- c. Pengelolaan Sentra IKM;
- d. Pembinaan pengembangan Sentra IKM; dan
- e. Pemantauan dan evaluasi pengembangan Sentra IKM.

III.7. Klaster Industri

Pandangan Porter mengenai klaster industri adalah hal yang paling banyak dikutip dalam kajian-kajian yang ditemukan.

"A consequence of the system of [diamond] determinants is that a nation's competitive industries are not spread evenly through the economy but are connected in what I term cluster consisting of industries related by links of various kinds" (Porter, 1990)

Kendati Porter belum mendefinisikasi klaster industri secara jelas tetapi ia telah menghubungkan antara kinerja sebuah negara dalam ekonomi global yang diringkaskan dalam kata "daya saing" dengan klaster industri. Menurut Porter, daya saing dibentuk oleh interaksi dari beberapa faktor yang disebut sebagai faktor "diamond". Diamond dibentuk oleh (1) *condition factor*, (2) *demand conditions*, (3) *related and supporting industries*, dan (4) *firm strategy, structure and rivalry*.

Dia juga memasukkan 2 faktor konteks yang berhubungan secara tidak langsung melalui: (1) *role of chance* dan (2) *role of government*. Faktor-faktor ini secara dinamik mempengaruhi posisi daya saing perusahaan dalam suatu negara.

"competitive advantage in advanced industries is increasingly determined by differential knowledge, skills and rates of innovation which are embodied in skilled people and organizational routines" (Porter, 1990)

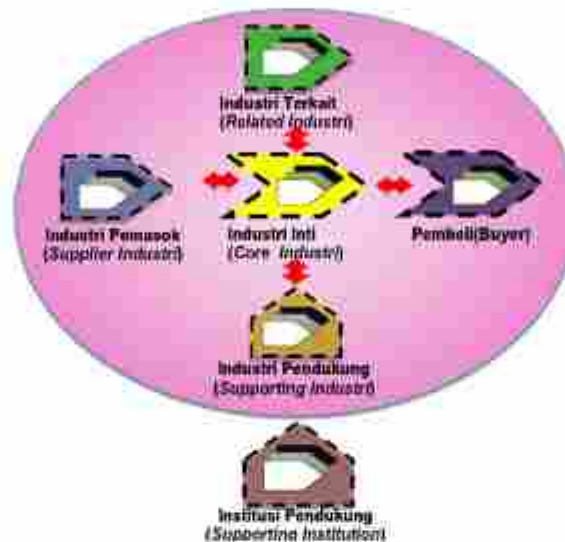
Hasil hubungan faktor-faktor ini mungkin akan menunjukkan pola klaster industri, dimana hubungan antara bisnis (dan organisasi) seharusnya mendukung pencapaian *competitive advantage*.

Pengembangan klaster industri dapat digunakan untuk mengembangkan industri yang bersifat luas (*broad base*) dan terfokus pada jenis-jenis produk yang berpeluang memiliki daya saing internasional yang tinggi di pasar domestik dan global. Lingkup geografis klaster industri dapat sangat bervariasi, terentang dari satu desa saja atau salah satu jalan di daerah perkotaan sampai mencakup sebuah kecamatan atau provinsi. Sebuah klaster industri dapat juga melampaui batas negara menjangkau beberapa negara tetangga (misal Batam, Singapura, Malaysia).

Klaster industri pada dasarnya bukan konsep yang sama sekali baru. Namun sejalan dengan perkembangan jaman, telaah konsep/teori dan pengalaman empiris berbagai pihak berkembang dari waktu ke waktu. Beragam definisi dan konsep tentang klaster industri dapat dijumpai dalam berbagai literatur. Dari beberapa definisi tersebut di atas, maka dapat disimpulkan definisi klaster industri adalah sebagai berikut:

Klaster industri dapat didefinisikan sebagai: "Jaringan dari sehimpunan industri yang saling terkait (*industri inti/core industries* – yang menjadi "fokus perhatian, "industri pemasok/*supplier industries*, industri pendukungnya/*supporting industries*, dan industri terkait/*related industries*), pihak/lembaga yang menghasilkan pengetahuan/teknologi

(termasuk perguruan tinggi dan lembaga penelitian, pengembangan dan rekayasa/litbangyasa), institusi yang berperan menjembatani/*bridging institutions* (misalnya broker dan konsultan), serta pembeli, yang dihubungkan satu dengan lainnya dalam rantai proses peningkatan nilai (*value adding production chain*)". Atau secara singkat: "Klaster industri merupakan kelompok usaha spesifik yang dihubungkan oleh jaringan mata rantai proses penciptaan/peningkatan nilai tambah, baik melalui hubungan bisnis maupun non bisnis". Secara skema, pendekatan klaster industri dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar III.3 Model Generik Klaster Industri

Para pelaku (*stakeholders*) dalam suatu klaster industri biasanya dikelompokkan kepada industri inti, industri pemasok, industri pendukung, industri terkait, dan pembeli, serta institusi pendukung ("non industri"). Istilah inti, pendukung dan terkait menunjukkan peran pelaku dalam klaster industri tertentu dan tidak ada hubungan dengan tingkat kepentingan para pelaku. Peran tersebut dapat dilakukan oleh siapa saja tergantung pada tingkat ekonomis dari hubungan rantai nilai tertentu.

Beberapa pengertian elemen-elemen dalam klaster industri antara lain adalah sebagai berikut:

1. **Industri Inti**
 - Industri yang merupakan fokus perhatian atau tematik dan biasanya dijadikan titik masuk kajian;
 - Dapat merupakan sentra industri;
 - Industri yang maju, adanya inovasi.
2. **Industri Pemasok**
 - Industri yang memasok dengan produk khusus;
 - Pemasok yang khusus/spesialis merupakan pendukung kemajuan klaster industri.

Yang dipasok antara lain adalah:

- Bahan baku utama;
- Bahan tambahan;
- Aksesori.

3. Pembeli

Dapat berupa distributor atau pemakai langsung;

Pembeli yang sangat "penuntut" merupakan pemacu kemajuan klaster industri.

Pembeli antara lain terdiri dari:

- Distributor;
- Pengecer;
- Pemakai langsung.

4. Industri Pendukung

Meliputi industri jasa dan barang, termasuk layanan pembiayaan (Bank, Modal Ventura).

Industri pendukung ini antara lain terdiri dari:

- Pembiayaan (Bank, Modal Ventura);
- Jasa (Angkutan, Bisnis Distribusi, Konsultan Bisnis);
- Infrastruktur (Jalan Raya, Telekomunikasi, Listrik);
- Peralatan (Permesinan, Alat Bantu);
- Pengemasan;
- Penyedia Jasa Pengembangan Bisnis (*Business Development Services Provider*/BDSP).

5. Industri Terkait

- Industri yang menggunakan infrastruktur yang sama;
- Industri yang menggunakan sumber daya dari sumber yang sama (misal kelompok tenaga ahli).

Istilah terkait di sini agak berbeda dengan yang dipakai sehari-hari. Industri terkait tidak berhubungan bisnis secara langsung. Industri terkait antara lain terdiri dari:

- Kompetitor;
- Komplementer;
- Substitusi.

6. Lembaga Pendukung

- Lembaga pemerintah, yang berupa penentu kebijakan atau melaksanakan peran publik;
- Asosiasi profesi yang bekerja untuk kepentingan anggota;
- Lembaga Pengembang Swadaya Masyarakat yang bekerja pada bidang khusus yang mendukung.

Istilah klaster industri memiliki pengertian lebih luas dari sentra industri yang telah dikenal umum. Sentra industri lebih merupakan pengelompokan aktivitas bisnis yang serupa di suatu lokasi. Suatu atau beberapa sentra industri bisa merupakan bagian integral dan sebagai pintu masuk upaya pengembangan/perkuatan klaster industri (Taufik, 2003).

Pembangunan, khususnya pembangunan ekonomi, utamanya dirancang dan diimplementasikan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam kaitan ini, beragam kajian konsep dan empiris klaster industri mengungkapkan beragam temuan penting, yang antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Kesejahteraan/kemakmuran sangat ditentukan oleh daya saing, sehingga di antara berbagai tujuan/kepentingan pembangunan yang multi dimensi, peningkatan daya saing merupakan salah satu fokus orientasi agenda yang sangat penting.
- b. Di antara ukuran yang paling sesuai dari daya saing adalah produktivitas, yang merupakan hasil dari pemanfaatan SDM, modal dan SDA, serta tercermin dalam nilai produk (barang dan/atau jasa) dan efisiensi bagaimana produk tersebut dihasilkan.
- c. Sumber terpenting kesejahteraan/kemakmuran (yaitu daya saing) pada dasarnya "diciptakan," bukan diwariskan. Beragam faktor alamiah (seperti melimpahnya sumber daya alam) tentu sangat penting, namun hal ini bermakna sangat terbatas jika tidak diimbangi dengan kemajuan dalam kemampuan faktor-faktor "buatan" seperti SDM yang semakin berkualitas, infrastruktur, teknologi dan lainnya.
- d. Produktivitas suatu negara/daerah bergantung pada keseluruhan industrinya, yang pada dasarnya tercermin dalam klaster industri-klaster industri. Keunggulan daya saing klaster industri mencerminkan keadaan perkembangan ekonomi (*the state of economy's development*).
- e. Inovasi semakin penting dalam menentukan produktivitas dan peningkatannya dalam jangka panjang.
- f. Faktor spesifik lokal/daerah seperti pengetahuan, hubungan, dan motivasi, semakin menentukan keunggulan daya saing global.
- g. Daerah akan "bersaing" dalam menawarkan lingkungan paling produktif bagi bisnis/industri. Bisnis/perusahaanlah yang pada dasarnya akan bersaing (di arena persaingan global) dalam arti sebenarnya.

Pengalaman praktik pengembangan atau penguatan klaster industri negara lain maupun dalam konteks nasional cukup beragam. Beberapa pihak seperti EDA (Economic Development Agency-Amerika Serikat), EURADA (European Association of Development Agencies), prakarsa pengembangan klaster industri di Australia Selatan (Multifunction Polis/MFP dan Business Vision 2010), GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit), KPEL (Kemitraan untuk Pengembangan Ekonomi Lokal-Bappenas), dan lainnya menyusun beberapa tahapan umum pengembangan/penguatan klaster industri. Dokumen tersebut merupakan panduan umum bagi upaya pengembangan atau penguatan klaster industri.

Sebagai kerangka umum, tahapan-tahapan tersebut tentu saja perlu disesuaikan dengan konteks masing-masing kasus. Demikian halnya dengan tahapan pengembangan klaster industri yang meskipun bersifat generik, tetap memerlukan penyesuaian dalam implementasi praktisnya.

Upaya dan proses pengembangan klaster industri, sebagaimana terdapat pada Gambar III.3, pada dasarnya terdiri atas 4 (empat) tahapan generik, yaitu:

1. Aktivitas Awal Inisiatif Pengembangan;

Inisiasi artinya perlu ada concern & kepeloporan (diskusi wacana, presentasi, studi awal, dan lain-lain) untuk membangun minat dan partisipasi di antara konstituen, yang diperlukan untuk melaksanakan prakarsa.

2. Penyusunan Kerangka dan Agenda Pengembangan

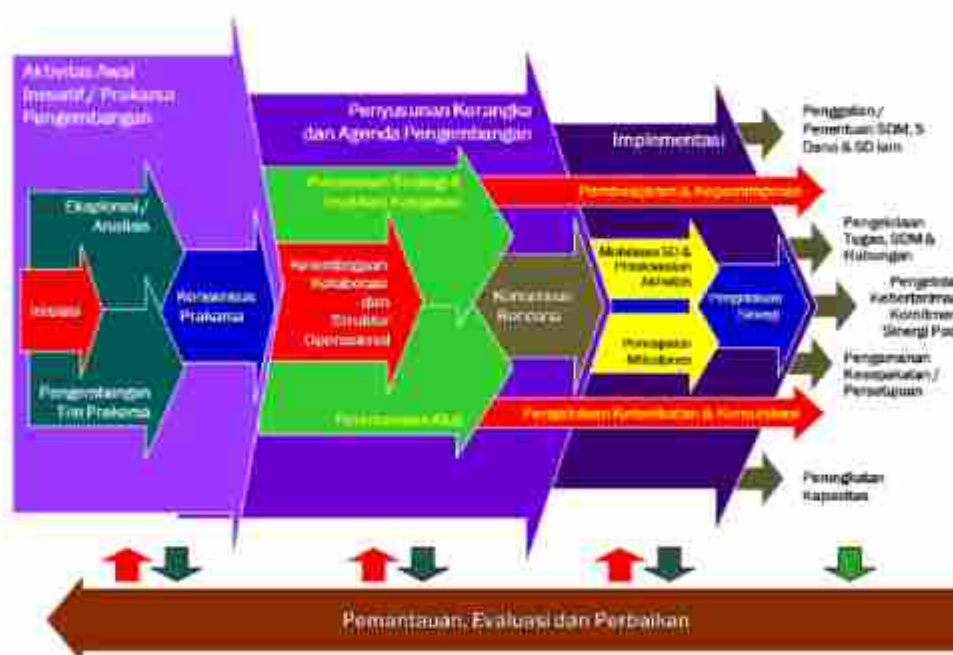
Pada tahapan ini perlu disiapkan: kelembagaan kolaborasi dan struktur operasional, perumusan strategi dan implikasi kebijakan, perencanaan aksi serta konsensus rencana.

3. Implementasi

Pada tahapan ini perlu dilakukan: mobilisasi sumberdaya dan pelaksanaan aktivitasnya, mencapai milestone yang telah disepakati serta melakukan pengelolaan yang sinergis.

4. Pemantauan, Evaluasi serta Perbaikan/Penyempurnaan.

Pengembangan sistem inovasi adalah proses pembelajaran, termasuk dalam proses kebijakannya. Karena itu, sebaiknya sistem pemantauan, evaluasi dan proses perbaikan dirancang sebagai bagian integral dari strategi dan kebijakan inovasi daerah. Hal ini juga perlu mengintegrasikan pembelajaran yang dapat diperoleh dari pihak lain, dengan berbagai cara (*benchmarking*, peningkatan pengetahuan dan keterampilan, pertukaran informasi dan praktik baik, dan lainnya).



Gambar III.4 Strategi Pengembangan/Penguatan Kluster Industri

III.8. Daya Saing Daerah

Sesuai definisi Produk Unggulan Daerah (PUD) dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri No.9 Tahun 2014, maka secara tidak langsung salah satu tujuan dari pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) tersebut adalah meningkatkan daya saing daerah. Di Indonesia, Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) mengukur Indeks Daya Saing Daerah (IDSD).

Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) merupakan instrumen pengukuran daya saing pada tingkat provinsi dan kabupaten/kota yang dilakukan oleh Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN). Tujuan dari pengukuran IDSD ini adalah untuk memperoleh sebuah ukuran daya saing daerah yang komprehensif yang dapat merefleksikan tingkat produktivitas daerah.

Mulai Tahun 2017 melalui Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi IDSD ini diukur. Untuk mendapatkan gambaran daya saing daerah, hasil pengukuran IDSD Tahun 2023 menjadi rujukan penyusunan kajian Produk Unggulan Daerah (PUD). Pengukuran pada IDSD 2023 ini mengadopsi kerangka konseptual yang sama dengan Global Competitiveness Index (GCI) dari World Economic Forum atau WEF (Schwab, 2019). Penyesuaian dilakukan pada level indikator dan metode pengukuran yang disesuaikan dengan konteks daerah di Indonesia dan ketersediaan data. Pada IDSD 2023 ini dilakukan perubahan terhadap beberapa indikator dan penyesuaian cara penghitungan skor sehingga diharapkan lebih merepresentasikan kondisi nyata daya saing daerah.

Sebagai informasi, skor nasional IDSD (berdasarkan rata-rata dari total skor provinsi) didapat sebesar 3,44 dari skala 5. Jika dikonversi menjadi skala 100, skor nasional IDSD tersebut setara dengan skor 68,8 yang tidak jauh berbeda dengan skor Indonesia pada GCI terakhir, yaitu sebesar 64,6. Meskipun, tentu tidak bisa diperbandingkan vis a-vis disebabkan metode yang berbeda, kedekatan skor Indonesia pada kedua indeks menunjukkan bahwa hasil pengukuran IDSD cukup konsisten dengan hasil yang diukur oleh GCI.

Kekuatan utama dari konsep pengukuran daya saing IDSD terletak pada kemampuannya dalam mengombinasikan perspektif mikro di level perusahaan/industri dan perspektif makro di level institusi publik. Secara konseptual, kedua perspektif mikro-makro daya saing ini diklasifikasikan ke dalam tiga faktor penentu daya saing, yaitu faktor ketersediaan kebutuhan fundamental (*basic requirement factors*), faktor penguat efisiensi (*efficiency enhancers*), dan faktor inovasi dan kecanggihan (*innovation and sophistication factors*). Ketiga faktor penentu daya saing ini diterjemahkan ke dalam 12 pilar daya saing.

Dalam perjalanannya, konsep dasar daya saing ini mengalami penyesuaian, terutama dengan menguatnya tuntutan untuk fokus pada kapasitas adaptasi terhadap perubahan lingkungan (dalam hal ini TIK) dan respon terhadap guncangan (*shock*), baik internal maupun eksternal (kestabilan ekonomi makro). Penyesuaian ini dituangkan ke dalam empat komponen dasar daya saing yang diadopsi menjadi kerangka pengukuran IDSD 2023, yaitu lingkungan pendukung, sumber daya manusia, pasar, dan ekosistem inovasi. Keempat komponen daya saing ini tetap dielaborasi ke dalam 12 pilar daya saing. Untuk tetap menjaga objektivitas pengukuran, seluruh data pada IDSD 2023 masih menggunakan data sekunder yang bersumber dari kementerian/lembaga (K/L) produsen data indikator daya saing.

IDSD 2023 terdiri dari empat komponen pembentuk daya saing yang diterjemahkan ke dalam 12 pilar daya saing seperti pada gambar di bawah ini. Kerangka ini secara umum tidak ada perubahan dengan IDSD 2022. Setiap pilar daya saing diukur dengan menggunakan indikator pembentuk daya saing. Indikator-indikator ini diklasterisasi berdasarkan dimensi tertentu yang sifatnya hanya sebagai pengelompokan konseptual dan tidak dipertimbangkan dalam penghitungan indeks.



Gambar III.5. Komponen, Pilar, Dimensi dan Indikator IDSD

Komponen Lingkungan Pendukung

Komponen Lingkungan Pendukung meliputi empat pilar, yaitu institusi yang mengukur seberapa jauh iklim sosial, politik, hukum dan aspek keamanan mempengaruhi secara positif aktivitas perekonomian daerah; infrastruktur yang dapat mendukung aktivitas perekonomian daerah yang bernilai tambah; adopsi TIK yang merupakan faktor determinan kemajuan Industri 4.0; dan stabilitas ekonomi makro yang meliputi penciptaan nilai tambah, akumulasi kapital, tingkat konsumsi, kinerja perekonomian, serta tingkat biaya hidup.

Sumber Daya Manusia

Komponen Sumber Daya Manusia meliputi dua pilar, yaitu kesehatan yang merepresentasikan kualitas hidup manusia yang diukur dari angka harapan hidup dan keterampilan yang erat keterkaitannya dengan penciptaan tenaga kerja produktif yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha.

Pasar

Komponen Pasar meliputi empat pilar, yaitu pasar produk yang mendorong efisiensi di dalam sistem produksi; pasar tenaga kerja yang mampu menekan angka pengangguran

dengan merangsang terciptanya kesempatan kerja; sistem keuangan yang merefleksikan kemampuan sistem finansial perbankan dan nonperbankan di daerah untuk memediasi aktivitas perekonomian; dan ukuran pasar yang menguatkan struktur industri dalam menghasilkan nilai tambah hasil dari perkembangan iptek.

Ekosistem Inovasi

Komponen Ekosistem Inovasi meliputi dua pilar, yaitu dinamisme bisnis yang menggambarkan kemudahan entitas bisnis memulai usaha untuk penciptaan dan perluasan lapangan kerja, serta kapabilitas inovasi yang mengukur kemampuan daerah dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penerapannya dalam aktivitas ekonomi bernilai tambah.

Seluruh pemerintah daerah provinsi dan pemerintah kabupaten/kota mendapatkan penilaian IDSD tersebut. Pemerintah Provinsi Jawa Barat mendapat skor IDSD sebesar 3,76 dengan masing2 skor pada 4 (empat) komponen sebagai berikut.

Tabel III.4. Skor IDSD Provinsi Jawa Barat Tahun 2023

Nama	Lingkungan Pendukung				SDM				Pasar		Ekosistem Inovasi		Skor IDSD
	Pilar 1	Pilar 2	Pilar 3	Pilar 4	Pilar 5	Pilar 6	Pilar 7	Pilar 8	Pilar 9	Pilar 10	Pilar 11	Pilar 12	
Provinsi Jawa Barat	3,61	4,05	4,13	3,09	4,05	3,34	1,83	3,79	3,61	5,00	4,21	4,40	3,76

Sementara itu pada Tahun 2023, Pemerintah Kota Cirebon mendapatkan skor sebesar 3,64, masih dibawah IDSD Provinsi Jawa Barat. Skor masing-masing komponen untuk Kota Cirebon dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel III.5. Skor IDSD Kota Cirebon Tahun 2023

Nama	Lingkungan Pendukung				SDM				Pasar		Ekosistem Inovasi		Skor IDSD
	Pilar 1	Pilar 2	Pilar 3	Pilar 4	Pilar 5	Pilar 6	Pilar 7	Pilar 8	Pilar 9	Pilar 10	Pilar 11	Pilar 12	
Kota Cirebon	4,37	2,56	4,76	2,85	4,06	4,00	5,00	3,51	2,77	4,37	2,33	3,14	3,64

BAB IV PEREKONOMIAN DAERAH

Sebelum mengidentifikasi pelaku industri yang menjadi responden dalam kajian pemetaan kluster industri ini, kami mencoba memberikan gambaran umum terlebih dahulu mengenai perekonomian daerah, baik itu di tingkat Provinsi Jawa Barat ataupun di tingkat Kota Cirebon.

IV.1. Perekonomian Provinsi Jawa Barat

IV.1.1 Kependudukan

Sensus Penduduk 2020 mencatat penduduk Jawa Barat sebanyak 48,27 juta jiwa. Berdasarkan proyeksi penduduk 2020-2035 hasil SP2020, pada tahun 2023 jumlah penduduk di Jawa Barat mencapai 49,86 juta jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk 2020-2023 sebesar 1,18 persen sebagaimana terlihat pada Tabel IV.1 dan Tabel IV.2.

Tabel IV.1. Jumlah Penduduk di Provinsi Jawa Barat 2020-2024

Kabupaten/Kota <i>Regency/Municipality</i>	Penduduk (ribu) <i>Population (thousand)</i>			
	2020 ¹	2022 ²	2023 ³	2024 ³
(1)	(2)	(3)	(4)	
Kabupaten/ Regency				
Bogor	5.427,07	5.556,31	5.627,02	5.682,30
Sukabumi	2.725,45	2.775,31	2.802,40	2.828,02
Cianjur	2.477,56	2.529,81	2.558,14	2.584,99
Bandung	3.623,79	3.687,25	3.721,11	3.753,12
Garut	2.585,61	2.648,95	2.683,67	2.716,95
Tasikmalaya	1.865,20	1.892,22	1.907,05	1.920,92
Ciamis	1.229,07	1.243,32	1.251,54	1.259,23
Kuningan	1.167,69	1.189,01	1.201,76	1.213,93
Cirebon	2.270,62	2.331,36	2.360,44	2.387,96
Majalengka	1.305,48	1.328,01	1.340,62	1.352,54
Sumedang	1.152,51	1.168,84	1.178,24	1.187,13
Indramayu	1.834,43	1.873,40	1.894,33	1.914,04
Subang	1.595,32	1.635,56	1.649,82	1.663,16
Purwakarta	997,87	1.023,18	1.037,07	1.050,34
Karawang	2.439,09	2.496,19	2.526,00	2.554,38
Bekasi	3.113,02	3.193,84	3.237,42	3.273,87
Bandung Barat	1.788,34	1.834,23	1.859,64	1.884,19
Pangandaran	423,67	428,60	431,46	434,10
Kota/ Municipality				
Bogor	1.043,07	1.060,94	1.070,72	1.078,35
Sukabumi	346,33	355,42	360,64	365,74
Bandung	2.444,16	2.484,15	2.506,60	2.528,16
Cirebon	333,30	338,94	341,98	344,85
Bekasi	2.543,68	2.598,07	2.627,21	2.644,06
Depok	2.056,34	2.113,62	2.145,40	2.163,64
Cimahi	568,40	582,65	590,78	598,70
Tasikmalaya	716,16	732,48	741,76	750,73
Banjar	200,97	205,14	207,51	209,79
Jawa Barat	48.274,16	49.306,78	49.860,33	50.345,19

Data tahun 2023, jumlah penduduk laki-laki di Jawa Barat sebanyak 25,26 juta orang, atau 50,67 persen dari penduduk Jawa Barat. Sementara, jumlah penduduk perempuan di Jawa Barat sebanyak 24,59 juta orang, atau 49,33 persen dari penduduk Jawa Barat. Dari kedua informasi tersebut, maka rasio jenis kelamin penduduk Jawa Barat sebesar 100,77 yang artinya terdapat 102 hingga 103 laki-laki di per 100 perempuan Jawa Barat pada tahun 2023.

Tabel IV.2. Laju Pertumbuhan Penduduk di Provinsi Jawa Barat 2010-2024

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	Laju Pertumbuhan Penduduk (%) Annual Population Growth Rate (%)			
	2010-2020 ¹	2020 ¹ - 2022 ²	2020 ¹ - 2023 ³	2020 ¹ - 2024 ⁴
(1)	(5)	(6)	(7)	
Kabupaten/Regency				
Bogor	1,25	1,35	1,32	1,23
Sukabumi	1,48	1,04	1,02	0,99
Cianjur	1,29	1,20	1,17	1,14
Bandung	1,28	1,00	0,97	0,94
Garut	0,71	1,39	1,36	1,33
Tasikmalaya	1,04	0,82	0,81	0,79
Ciamis	0,66	0,66	0,66	0,65
Kuningan	1,17	1,04	1,05	1,04
Cirebon	0,91	1,52	1,42	1,35
Majalengka	1,10	0,98	0,97	0,95
Sumedang	0,51	0,81	0,81	0,79
Indramayu	0,95	1,21	1,18	1,14
Subang	0,83	1,43	1,23	1,12
Purwakarta	1,54	1,44	1,41	1,38
Karawang	1,33	1,33	1,28	1,24
Bekasi	1,64	1,48	1,44	1,35
Bandung Barat	1,65	1,46	1,43	1,40
Pangandaran	0,96	0,66	0,67	0,65
Kota/Municipality				
Bogor	0,91	0,98	0,96	0,89
Sukabumi	1,44	1,49	1,48	1,46
Bandung	0,20	0,93	0,92	0,91
Cirebon	1,14	0,96	0,94	0,91
Bekasi	0,83	1,22	1,18	1,04
Depok	1,64	1,58	1,55	1,37
Cimahi	0,48	1,42	1,41	1,39
Tasikmalaya	1,16	1,30	1,29	1,27
Banjar	1,34	1,18	1,17	1,15
Jawa Barat	1,11	1,22	1,18	1,13

Dengan luas daratan Jawa Barat sebesar 35,38 ribu kilometer persegi, maka kepadatan penduduk Jawa Barat sebanyak 1.346,12 jiwa per kilometer persegi. Dengan kepadatan wilayah terbesar berada di Kota Bandung yaitu 15.046,54 jiwa per kilometer persegi. Jumlah penduduk Jawa Barat paling besar masih di wilayah Kabupaten Bogor. Dengan luas geografis sebesar 7,66 persen wilayah Jawa Barat, Kabupaten Bogor dihuni oleh 5,63 juta penduduk atau 11,29 persen penduduk Jawa Barat. Jumlah penduduk terbesar kedua terdapat di Kabupaten Bandung dengan jumlah penduduk sebanyak 3,72 juta orang, yaitu sebesar 7,46 persen. Sementara jumlah penduduk paling kecil di Kota Cirebon dan Kota Banjar dengan jumlah penduduk masing-masing sebanyak 341,98 ribu atau sebesar 0,69 persen dan 207,51 ribu atau sebesar 0,42 persen.

Jumlah angkatan kerja pada Agustus 2023 sebanyak 25,39 juta orang, dan bukan Angkatan kerja sebanyak 12,79 juta orang. Sementara itu Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) pada tahun 2023 mengalami peningkatan menjadi 66,49 dari 66,15 tahun 2022. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Agustus 2023 sebesar 7,44 persen, turun jika dibandingkan Agustus 2022 dengan TPT sebesar 8,31 persen. Penduduk yang bekerja di Provinsi Jawa Barat tahun 2023 sebanyak 25,50 juta orang, meningkat sebanyak 0,05 juta orang dari Agustus 2022. Sementara bila dilihat dari kelompok umur penduduk yang bekerja terkonsentrasi pada penduduk dengan kelompok umur 30-34 tahun yaitu sebanyak 2,85 juta jiwa.

Tabel IV.3. Kelompok Umur Angkatan Kerja di Provinsi Jawa Barat 2023

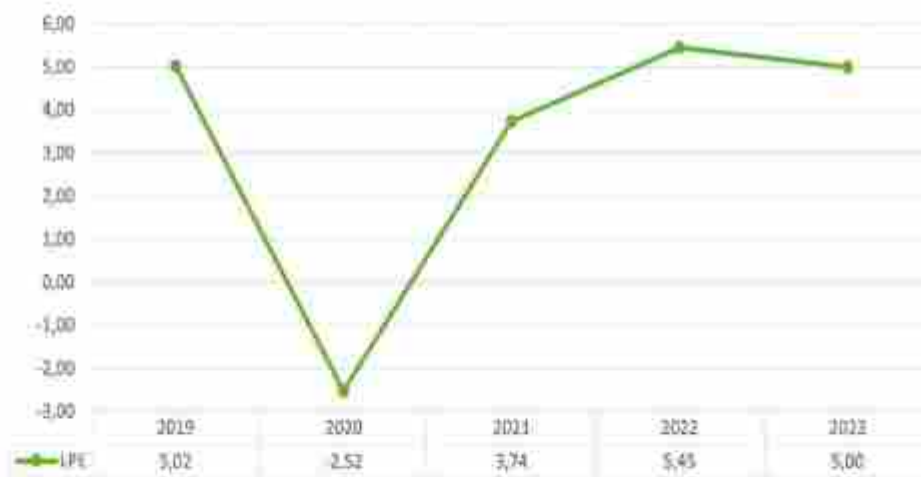
Kelompok Umur Age Group	Angkatan Kerja/Economically Active				Jumlah Angkatan Kerja Total of Economically Active
	Bekerja Working	Pengangguran ¹ Unemployment ¹		Jumlah Total	
		Pernah Bekerja Ever Worked	Tidak Pernah Bekerja Never Worked		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
15 - 19	693.373	56.586	456.302	512.888	1.206.261
20 - 24	2.266.588	267.901	388.403	656.304	2.922.892
25 - 29	2.762.870	162.288	95.812	258.100	3.020.970
30 - 34	2.852.924	100.026	21.702	121.728	2.974.652
35 - 39	2.811.078	59.759	16.910	76.669	2.887.747
40 - 44	2.762.262	43.526	14.937	58.463	2.820.725
45 - 49	2.591.452	53.560	6.029	59.589	2.651.041
50 - 54	2.240.002	55.397	13.226	68.623	2.308.625
55 - 59	1.842.185	37.172	8.470	45.642	1.887.827
60-64	1.210.190	11.093	-	11.093	1.221.283
65+	1.470.674	17.607	1.581	19.188	1.489.862
Jumlah/Total	23.503.598	864.915	1.023.372	1.888.287	25.391.885

Tabel IV.4. Kelompok Umur Bukan Angkatan Kerja di Provinsi Jawa Barat 2023

Kelompok Umur <i>Age Group</i>	Persentase Bekerja terhadap Angkatan Kerja <i>Percentage of Working to Economically Active</i>	Bukan Angkatan Kerja <i>Not Economically Active</i>			Jumlah Bukan Angkatan Kerja <i>Total of Not Economically Active</i>
		Sekolah <i>Attending School</i>	Mengurus Rumah Tangga <i>House-keeping</i>	Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(11)
15 - 19	57,48	2.456.726	223.121	164.279	2.844.126
20 - 24	77,55	393.244	577.914	172.717	1.143.875
25 - 29	91,46	27.248	966.488	67.298	1.061.034
30 - 34	95,91	N/A	1.001.374	40.562	1.041.936
35 - 39	97,35	-	980.762	31.220	1.011.982
40 - 44	97,93	N/A	849.419	35.816	885.235
45 - 49	97,75	-	773.732	33.245	806.977
50 - 54	97,03	-	673.597	58.576	732.173
55 - 59	97,58	-	578.169	100.880	679.049
60 - 64	99,09	N/A	610.815	197.426	808.241
65+	98,71	-	1.114.988	658.305	1.773.293
	92,56	2.884.118	8.350.379	1.560.324	12.794.821

IV.1.2 Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan Ekonomi Jawa Barat sepanjang tahun 2023 menunjukkan kinerja yang positif. Menguatnya ekonomi Jawa Barat didorong oleh pertumbuhan positif pada sebagian besar sektor ekonomi. Ekonomi Jawa Barat tahun 2023 dapat tumbuh baik sebesar 5,00 persen sebagaimana dapat dilihat pada Gambar IV.1 berikut.



Gambar IV.1. Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha di Provinsi Jawa Barat 2019-2023.

Hal ini menunjukkan roda perekonomian kembali bergerak hampir merata pada beberapa sektor ekonomi. Lapangan usaha yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah Transportasi dan Pergudangan sebesar 10,93 persen seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dengan momen libur Natal dan Tahun Baru. Diikuti Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 8,72 persen; Informasi dan Komunikasi sebesar 7,86 persen; dan Jasa lainnya sebesar 7,58 persen. Sementara itu, Lapangan Usaha Industri Pengolahan serta Perdagangan Besar-Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor yang merupakan lapangan usaha dominan mengalami pertumbuhan masing masing sebesar 4,74 persen dan 4,36 persen.

Pada sisi pengeluaran, kinerja positif tertinggi didukung oleh pertumbuhan pada Komponen Pengeluaran Konsumsi Lembaga Nonprofit yang Melayani Rumah Tangga (PK-LNPRT) sebesar 14,02 persen; diikuti oleh Komponen Ekspor Barang dan Jasa sebesar 12,45 persen; Komponen Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) sebesar 7,73 persen; Komponen Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga (PK-RT) sebesar 5,34 persen; dan Komponen Pengeluaran Konsumsi Pemerintah (PK-P) sebesar 5,30 persen; dan Komponen Impor Barang dan Jasa sebagai faktor pengurang tumbuh sebesar 17,60 persen. Secara umum, Produk Domestik Regional Bruto Atas dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha di Provinsi Jawa Barat 2019-2023 dapat dilihat pada Tabel IV.1 berikut.

Tabel IV.5. Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha di Provinsi Jawa Barat 2019-2023

Lapangan Usaha/Industry		2019	2020	2021	2022 ^(*)	2023 ^(**)
		(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan/Agriculture, Forestry, and Fishing	186.441,35	192.111,63	188.594,03	207.716,66	221.650,60
	1 Pertanian, Peternakan, Perburuan, dan Jasa Pertanian/Agriculture, Livestock, Hunting, and Agriculture Services	164.347,24	168.125,91	163.526,40	181.610,54	195.134,35
	a. Tanaman Pangan/Food Crops	87.838,89	94.066,68	83.692,92	90.918,66	96.124,90
	b. Tanaman Hortikultura/Horticultural Crops	37.154,85	34.814,04	38.873,88	43.786,70	45.675,47
	c. Tanaman Perkebunan/Plantation Crops	12.346,67	11.089,46	12.598,58	13.798,45	14.536,74
	d. Peternakan/Livestock	24.173,92	25.299,47	25.577,73	30.024,54	35.485,40
	e. Jasa Pertanian dan Perburuan/Agriculture Services and Hunting	2.832,91	2.856,26	2.783,29	3.082,19	3.311,84
	2 Kehutanan dan Pennebangan Kayu/Forestry and Logging	1.363,31	1.404,78	1.543,43	1.589,28	1.736,07
	3 Perikanan/Fishing	20.730,80	22.580,94	23.524,20	24.516,84	24.780,19
	B					
B	Pertambangan dan Penggalian/Mining and Quarrying	26.448,30	23.160,87	25.535,79	27.934,49	26.089,30
	1 Pertambangan Minyak, Gas, dan Panas Bumi/Grude Petroleum, Natural Gas, and Geothermal	17.963,29	14.092,54	14.934,54	16.946,90	14.598,27
	2 Pertambangan Batubara dan Lignit/Coal and Lignite Mining	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	3 Pertambangan Bijih Logam/ Iron Ore Mining	972,54	1.343,61	1.453,64	1.547,74	1.630,71
	4 Pertambangan dan Penggalian Lainnya/Other Mining and Quarrying	7.512,48	7.724,73	9.147,61	9.439,86	9.860,32

C	Industri Pengolahan/ Manufacturing	883.289,85	856.103,73	921.577,02	1.023.400,77	1.099.081,22
1	Industri Batubara dan Pengilangan Migas/ Manufacture of Coal and Refined Petroleum Products	28.750,11	28.469,31	28.909,84	33.176,09	42.513,27
2	Industri Makanan dan Minuman/Manufacture of Food Products and Beverages	102.494,62	108.041,42	121.813,88	132.456,73	146.345,34
3	Industri Pengolahan Tembakau/Manufacture of Tobacco Products	3.950,06	3.195,17	3.274,63	3.264,27	3.457,90
4	Industri Tekstil dan Pakaian Jadi/Manufacture of Textiles and Wearing Apparel	155.612,52	147.339,65	146.314,00	165.683,02	168.837,70
5	Industri Kulit, Barang dari Kulit, dan Alas Kaki/ Manufacture of Leather and Related Products, and Footwear	13.995,61	13.138,24	14.382,85	15.768,38	15.908,40
6	Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus; dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan, dan Sejenisnya/ Manufacture of Wood and Products of Wood and Cork; and Articles of Straw and Plaiting Materials	6.269,56	5.820,94	5.882,16	6.132,99	6.127,83
7	Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman/ Manufacture of Paper and Paper Products; Printing and Reproduction of Recorded Media	22.468,26	21.517,01	21.778,10	23.441,82	25.298,08
8	Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional/ Manufacture of Chemicals, Pharmaceuticals, and Botanical Products	54.219,31	65.034,94	77.140,66	83.454,21	84.673,90
9	Industri Karet; Barang dari Karet dan Plastik/ Manufacture of Rubber; Rubber Products and Plastics Products	22.655,19	22.062,17	22.867,93	24.580,35	25.225,56
10	Industri Barang Galian bukan Logam/Manufacture of Other Non-Metallic Mineral Products	13.011,60	12.655,89	13.754,97	14.520,74	15.501,67
11	Industri Logam Dasar/ Manufacture of Basic Metals	25.710,24	24.809,21	26.434,27	30.426,81	33.662,88

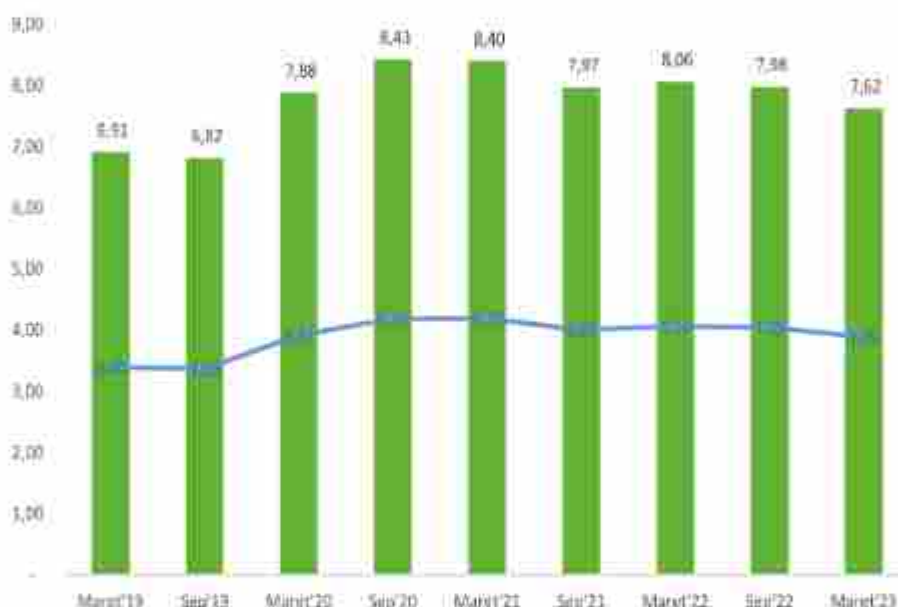
12	Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik, dan Peralatan Listrik/ <i>Manufacture of Fabricated Metal Products; Electronic, Computer, and Optical Products; and Electrical Equipment</i>	178.708,67	170.890,01	171.484,07	192.011,87	213.272,41
13	Industri Mesin dan Perlengkapan/ <i>Manufacture of Machinery and Equipment</i>	84.850,53	77.337,86	82.534,32	82.233,25	85.877,60
14	Industri Alat Angkutan/ <i>Manufacture of Transport Equipment</i>	158.352,08	143.480,84	172.492,98	203.096,58	218.789,36
15	Industri Furnitur/ <i>Manufacture of Furniture</i>	3.742,16	3.520,19	3.241,28	3.441,78	3.563,07
16	Industri Pengolahan Lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan/ <i>Other Manufacturing; Repair and Installation of Machinery and Equipment</i>	8.499,31	8.790,90	9.271,07	9.711,88	10.026,24
D	Pengadaan Listrik dan Gas/ <i>Electricity and Gas</i>	10.966,98	10.069,94	11.242,25	12.161,54	12.221,17
1	Ketenagalistrikan/ <i>Electricity</i>	3.465,76	3.317,13	3.784,43	4.035,21	4.266,04
2	Pengadaan Gas dan Produksi Es/ <i>Manufacture of Gas and Production of Ice</i>	7.501,22	6.752,81	7.457,82	8.126,32	7.955,13
E	Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang/ <i>Water Supply; Sewerage, Waste Management, and Remediation Activities</i>	1.936,91	2.156,07	2.373,85	2.485,54	2.575,78
F	Konstruksi/ <i>Construction</i>	181.289,37	171.250,94	191.608,09	202.276,62	221.150,71
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor/ <i>Wholesale and Retail Trade; Repair of Motor Vehicles and Motorcycles</i>	323.622,36	303.861,47	319.585,97	348.996,56	378.832,69
1	Perdagangan Mobil, Sepeda Motor dan Reparasinya/ <i>Wholesale and Retail Trade and Repair of Motor Vehicles and Motorcycles</i>	45.430,68	37.429,55	40.678,75	43.603,16	46.485,66
2	Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor/ <i>Wholesale and Retail Trade Except of Motor Vehicles and Motorcycles</i>	278.191,68	266.431,92	278.907,22	305.393,39	332.347,03

H	Transportasi dan Pergudangan/ <i>Transportation and Storage</i>	117.219,61	109.147,87	110.379,29	130.202,04	155.099,81
1	Angkutan Rel/Railways <i>Transport</i>	1.840,02	878,86	704,67	1.203,19	1.564,51
2	Angkutan Darat/Land <i>Transport</i>	99.290,07	100.974,35	103.129,82	120.702,40	143.902,53
3	Angkutan Laut/Sea <i>Transport</i>	215,70	216,39	206,18	280,31	342,59
4	Angkutan Sungai, Danau, dan Penyeberangan/River, Lake, and Ferry <i>Transport</i>	1,50	1,49	1,54	1,58	1,65
5	Angkutan Udara/Air <i>Transport</i>	11.397,14	2.392,22	1.078,73	2.230,32	2.929,98
6	Pergudangan dan Jasa Penunjang Angkutan; Pos dan Kurir/Warehousing and Support Services for <i>Transportation; Postal and Courier</i>	4.475,18	4.684,57	5.258,35	5.784,25	6.358,56
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum/ <i>Accommodation and Food Service Activities</i>	61.141,69	59.402,94	60.135,50	69.670,16	79.501,42
1	Penyediaan Akomodasi/ <i>Accommodation</i>	7.947,12	5.401,93	6.386,20	7.901,37	8.569,44
2	Penyediaan Makan Minum/ <i>Food and Beverage Service Activities</i>	53.194,57	54.001,01	53.749,30	61.768,79	70.931,98
J	Informasi dan Komunikasi/ <i>Information and Communication</i>	60.943,95	81.729,95	87.369,88	92.644,33	100.002,58
K	Jasa Keuangan dan Asuransi/ <i>Financial and Insurance Activities</i>	57.490,59	58.383,96	64.759,36	69.885,94	74.126,25
1	Jasa Perantara Keuangan/ <i>Financial Intermediary Services</i>	42.881,78	43.194,42	49.127,30	53.857,85	56.761,51
2	Asuransi dan Dana Pensiun/ <i>Insurance and Pension Fund</i>	5.854,64	5.896,98	6.338,23	6.458,89	6.891,68
3	Jasa Keuangan Lainnya/ <i>Other Financial Services</i>	7.985,59	8.458,29	8.341,69	8.538,12	9.390,95
4	Jasa Penunjang Keuangan/ <i>Financial Supporting Service</i>	768,59	834,26	952,14	1.031,09	1.082,12
L	Real Estat/ <i>Real Estate Activities</i>	22.955,76	23.561,25	26.392,45	28.413,16	30.746,38
M,N	Jasa Perusahaan/ <i>Business Activities</i>	9.974,90	8.402,88	9.169,97	10.812,00	12.091,47
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib/ <i>Public Administration and Defence; Compulsory Social Security</i>	49.060,74	46.031,12	45.441,76	44.535,07	46.278,92
P	Jasa Pendidikan/ <i>Education</i>	68.079,32	75.467,69	77.340,93	80.336,14	86.301,84
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial/ <i>Human Health and Social Work Activities</i>	16.680,68	16.214,51	17.787,33	19.157,24	20.978,21
R,S,T,U	Jasa Lainnya/ <i>Other Services Activities</i>	45.611,35	45.050,44	45.366,76	52.154,05	58.490,22
Produk Domestik Regional Bruto/Gross Regional Domestic Product		2.123.153,71	2.082.107,26	2.204.660,23	2.422.782,32	2.625.218,58

IV.1.3 Sosial Masyarakat

Tersedianya sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas merupakan salah satu faktor utama keberhasilan pembangunan di suatu daerah. Peningkatan SDM sekarang ini lebih difokuskan pada pemberian kesempatan seluas-luasnya kepada penduduk untuk mendapatkan pendidikan. Oleh sebab itu pemerintah berusaha secara konsisten berupaya meningkatkan SDM melalui jalur pendidikan. Fasilitas pendidikan merupakan salah satu faktor penting yang dimiliki untuk meningkatkan kualitas pendidikan.

Angka Partisipasi Murni (APM) di Provinsi Jawa Barat 2022-2023 menunjukkan adanya tren peningkatan pada jenjang pendidikan SMP/MTs dan SMA/SMK/MA. Adapun pada jenjang SD/MI menunjukkan penurunan. APM SD/MI sebesar 98,20 persen, SMP/MTs sebesar 83,61 persen, dan SMA/SMK/MA sebesar 59,01 persen. Adapun capaian Angka Partisipasi Kasar (APK) pada ketiga jenjang pendidikan capaiannya lebih tinggi dibandingkan APM.



Gambar IV.2. Perkembangan Jumlah dan Persentase Penduduk Miskin di Provinsi Jawa Barat 2019-2023

Jumlah penduduk miskin di Jawa Barat pada Maret 2023 mencapai 3,89 juta orang. Jika dibandingkan Maret 2022, jumlah penduduk miskin di Jawa Barat menurun 182,38 ribu orang. Sementara jika dibandingkan dengan September 2022, jumlah penduduk miskin turun sebanyak 165,02 ribu orang.

Persentase penduduk miskin Jawa Barat pada Maret 2023 tercatat sebesar 7,62 %, menurun 0,44 % poin terhadap Maret 2022 dan turun 0,36 % poin terhadap September 2022. Berdasarkan daerah tempat tinggal, pada periode Maret 2022 - Maret 2023, jumlah penduduk miskin perkotaan turun sebanyak 96,12 ribu orang, sedangkan di perdesaan turun sebesar 86,27 ribu orang. Persentase kemiskinan di perkotaan turun dari 7,57 % pada Maret 2022 menjadi 7,19 % pada Maret 2023. Sementara itu, di perdesaan turun dari 9,88 % menjadi 9,30 %.

IV.2. Industri dan Tenaga Kerja di Provinsi Jawa Barat

Pada akhir tahun 2021 terdapat 8.412 perusahaan/usaha dan sekitar 1.847.652 orang yang bekerja di perusahaan industri besar dan sedang di Jawa Barat. Jumlah tersebut terdiri atas pekerja sektor produksi yaitu pekerja yang langsung bekerja di dalam proses produksi dan pekerja administrasi serta penunjang lainnya; yaitu pekerja selain pekerja produksi seperti pimpinan perusahaan, staf direksi, pegawai administrasi, keuangan, pemasaran, kebersihan dan lain sebagainya.

Pada tahun 2021 nilai produksi di Provinsi Jawa Barat mencapai 1.941.177 miliar rupiah atau turun sebesar 7,34 persen dibandingkan tahun 2020. Biaya investasi adalah semua biaya yang dipakai untuk memproduksi suatu barang seperti bahan baku dan penolong, bahan bakar dan pelumas, listrik dan pengeluaran lainnya tapi tidak termasuk upah gaji, pajak tak langsung, serta sewa tanah.

Tabel IV.6. Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Menurut Klasifikasi Industri pada Industri Mikro dan Kecil di Provinsi Jawa Barat 2022

Klasifikasi Industri <i>Industrial Classification</i>	Perusahaan <i>Number of Companies</i>	Tenaga Kerja <i>Number of Employees</i>
(1)	(2)	(3)
Industri Makanan/ <i>Food</i>	250.155	556.360
Industri Minuman/ <i>Beverage Manufacture</i>	15.495	34.594
Industri Pengolahan Tembakau/ <i>Tobacco Products</i>	3.993	10.993
Industri Tekstil/ <i>Textiles Industries</i>	11.801	31.272
Industri Pakaian Jadi/ <i>Wearing Apparel</i>	143.206	308.584
Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki/ <i>Leather and Related Products and shoes Footwear</i>	29.739	88.542
Industri Kayu, Barang dari kayu (tdk termasuk Furnitur)/ <i>Manufacture Of Wood, Wood Products (Except Furniture) and Rattan, Bamboo Craft</i>	84.946	149.605
Industri Kertas, Barang dari Kertas dan Sejenisnya/ <i>Paper and Paper Products</i>	1.535	4.014
Industri Pencetakan dan Reproduksi Media Rekaman/ <i>Printing and Media Recording Reproduction</i>	5.284	16.509
Industri Produk dari Batu Bara dan Pengilangan Minyak/ <i>Coke, Refined Petroleum Products</i>	-	-
Industri Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia/ <i>Chemicals and Chemical Products</i>	2.060	5.106
Industri Farmasi Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional/ <i>Pharmaceuticals, Medicinal Chemical and Botanical Products</i>	752	1.501
Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik/ <i>Rubber and Plastic Products</i>	2.437	5.659

Industri Barang Galian Bukan Logam/ <i>Other Nonmetallic Mineral Products</i>	26.680	109.256
Industri Logam Dasar/ <i>Basic Metals Industries</i>	66	112
Industri Barang Logam, Bukan Mesin dan Peralatannya/ <i>Fabricated Metal Products, except Machinery and Equipment</i>	24.320	62.841
Industri Komputer, Barang Elektronik dan Optik/ <i>Computers, Electronic and Optical Product</i>	44	203
Industri Peralatan Listrik/ <i>Electrical Equipment</i>	422	1.366
Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik/ <i>Machinery and its Equipments Industries</i>	631	3.312
Industri Kendaraan Bermotor, Trailer dan Semi Trailer/ <i>Motorized Vehicle, Trailers and Semi Trailers</i>	340	1.246
Industri Alat Angkutan Lainnya/ <i>Others Transport Equipment</i>	569	1.733
Industri Furnitur/ <i>Furniture Industries</i>	17.775	50.877
Industri Pengolahan lainnya/ <i>Other Manufacturing Industries</i>	44.511	70.907
Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan/ <i>Reparation Services, and Machines and Equipments Setup</i>	1.034	2.972
Jumlah/Total	667.795	1.517.564

Biaya investasi yang dipakai oleh seluruh perusahaan industri di Jawa Barat pada tahun 2021 sebesar 1.034.564 miliar rupiah, terjadi penurunan sebesar 11,39 persen dibandingkan tahun 2020. Jumlah Industri Mikro dan Kecil di Jawa Barat tahun 2022 meningkat menjadi 667.795 perusahaan. Jumlah tenaga kerja yang terserap juga meningkat menjadi 1.512.564 orang. Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Industri Mikro dan Kecil paling banyak terdapat di wilayah Kabupaten Garut sebanyak 69.365 usaha, sementara jumlah tenaga kerja terbanyak di Kabupaten Bandung yaitu sebanyak 156.408 orang.

Tabel IV.7. Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Menurut Kabupaten/Kota pada Industri Mikro dan Kecil di Provinsi Jawa Barat 2022

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	Perusahaan Number of Companies	Tenaga Kerja Number of Employees	Pengeluaran (ribu rupiah) Expenditure (000 Rp)	Pendapatan (ribu rupiah) Revenue (000 Rp)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kabupaten/ Regency				
Bogor	43.138	130.541	6.298.644.522	12.294.085.272
Sukabumi	51.307	103.821	3.553.401.576	6.224.005.344
Cianjur	36.331	78.045	2.255.276.252	4.085.366.955
Bandung	41.220	118.593	9.500.792.181	14.947.134.256
Garut	69.365	156.408	5.024.544.169	8.682.568.727
Tasikmalaya	77.632	118.478	1.422.983.853	3.057.853.716
Ciamis	30.454	57.624	1.641.315.062	2.364.479.274
Kuningan	11.317	28.230	1.446.860.782	2.272.209.145
Cirebon	21.919	67.066	3.697.031.358	7.880.640.074
Majalengka	33.468	92.540	2.069.401.451	4.143.373.827
Sumedang	24.739	56.086	2.161.796.289	3.306.204.598
Indramayu	18.946	49.056	3.075.441.794	5.850.113.869
Subang	16.958	39.886	3.165.564.993	4.374.693.057
Purwakarta	13.486	28.871	1.131.396.644	1.883.004.905
Karawang	15.410	33.501	1.492.155.573	2.675.219.679
Bekasi	19.111	43.259	4.348.394.221	6.271.014.750
Bandung Barat	20.213	37.430	823.582.547	1.592.462.523
Pangandaran	32.043	53.487	1.085.467.289	1.683.155.079
Kota/ Municipality				
Bogor	4.620	10.528	1.059.502.525	1.778.540.286
Sukabumi	5.787	10.411	525.504.149	816.355.342
Bandung	18.174	56.020	3.134.056.065	6.320.362.317
Cirebon	4.335	9.726	489.227.835	875.102.675
Bekasi	8.971	25.247	2.206.582.522	4.319.134.678
Depok	11.429	27.158	1.671.836.438	3.337.444.325
Cimahi	6.087	16.035	678.030.578	1.384.123.840
Tasikmalaya	26.706	59.579	2.831.244.913	4.655.386.368
Banjar	4.609	9.938	361.858.814	534.681.891
Jawa Barat	667.795	1.517.564	67.151.894.414	117.608.716.771

IV.3. Perekonomian Kota Cirebon

IV.3.1 Kependudukan

Jumlah penduduk Kota Cirebon Tahun 2020 menurut Sensus Penduduk berjumlah 333.303 jiwa dengan sex ratio 100,82, penduduk laki-laki hampir sama dengan jumlah penduduk perempuan sebagaimana terlihat pada Tabel IV.4. Dibandingkan dengan luas wilayah, kepadatan penduduk Kota Cirebon sekitar 8.916 orang per-km².

Menurut hasil Survei Tenaga Kerja Nasional, banyaknya Angkatan Kerja Kota Cirebon ada sebanyak 63,76% dari penduduk usia kerja. Sementara 89% di antaranya sudah bekerja.

Tabel IV.8. Jumlah dan Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Cirebon 2023

Kecamatan <i>District</i>	Penduduk <i>Population</i>	Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun 2020–2023 (%) <i>Annual Population Growth Rate 2020–2023 (%)</i>
(1)	(2)	(3)
Harjamukti	128.778	0,97
Lemahwungkuk	58.418	0,99
Pekalipan	29.716	1,00
Kesambi	78.398	0,99
Kejaksan	46.670	0,99
Kota Cirebon	341.980	0,98

Tabel IV.9. Persentase dan Kepadatan Penduduk Kota Cirebon 2023

Kecamatan <i>District</i>	Persentase Penduduk <i>Percentage of Total Population</i>	Kepadatan Penduduk per km ² <i>Population Density per sq.km</i>
(1)	(2)	(3)
Harjamukti	37,66	7.388,63
Lemahwungkuk	17,08	8.158,94
Pekalipan	8,69	18.689,31
Kesambi	22,92	9.052,89
Kejaksan	13,65	10.487,64
Kota Cirebon	100,00	8.662,11

Tabel IV.10. Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Penduduk Kota Cirebon 2023

Kelompok Umur <i>Age Groups</i>	Jenis Kelamin/Sex		Jumlah <i>Total</i>
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
0–4	14.252	13.667	27.919
5–9	13.181	12.432	25.613
10–14	13.167	12.540	25.707
15–19	14.424	13.547	27.971
20–24	14.579	13.906	28.485
25–29	14.437	13.738	28.175
30–34	13.704	12.838	26.542
35–39	13.153	12.574	25.727
40–44	12.751	12.463	25.214

45–49	11.893	11.742	23.635
50–54	10.124	10.353	20.477
55–59	8.523	9.303	17.826
60–64	6.650	7.687	14.337
65–69	5.131	6.145	11.276
70–74	3.439	4.071	7.510
75+	2.230	3.336	5.566
Nama Provinsi	171.638	170.342	341.980

Tabel IV.11. Jumlah Penduduk dan Kegiatan Utama di Kota Cirebon 2023

Kegiatan Utama <i>Main Activity</i>	Jenis Kelamin/Sex		
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Laki-Laki+ Perempuan <i>Male+Female</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
I. Angkatan Kerja/<i>Economically Active</i>	107.291	73.611	180.902
1. Bekerja/ <i>Working</i>	97.679	69.358	167.037
2. Pengangguran Terbuka/ <i>Unemployment</i>	9.612	4.253	13.865
II. Bukan Angkatan Kerja/<i>Not Economically Active</i>	23.992	58.376	82.368
1. Sekolah/ <i>Attending School</i>	10.764	9.934	20.698
2. Mengurus Rumah Tangga/ <i>Housekeeping</i>	6.004	44.310	50.314
3. Lainnya/ <i>Others</i>	7.224	4.132	11.356

Tabel IV.12. Jumlah Penduduk dan Angkatan Kerja di Kota Cirebon 2023

Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan ¹ <i>Educational Attainment¹</i>	Angkatan Kerja/ <i>Economically Active</i>			Persentase Bekerja terhadap Angkatan Kerja <i>Percentage of Working to Economically Active</i>
	Bekerja <i>Working</i>	Pengangguran ² <i>Unemployment²</i>	Jumlah Angkatan Kerja <i>Total of Economically Active</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	62.264	4.082	66.346	93,85
2	73.268	7.272	80.540	90,97
3	31.505	2.511	34.016	92,62

Tabel IV.13. Jumlah Penduduk dan Bukan Angkatan Kerja di Kota Cirebon 2023

Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan <i>Educational Attainment</i>	Bukan Angkatan Kerja <i>Not Economically Active</i>	Jumlah Total	Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) <i>Labour Force Participation Rate (%)</i>
(1)	(6)	(7)	(8)
1	46.015	112.361	55,41
2	27.757	106.297	67,65
3	8.596	42.612	73,93
Jumlah/Total	82.368	263.270	63,45

IV.3.2 Pertumbuhan Ekonomi

Tahun 2023 mengalami berbagai tantangan ekonomi global, termasuk inflasi yang tinggi, suku bunga yang meningkat, dan ketegangan geopolitik. Faktor-faktor ini telah memberikan dampak signifikan pada aspek produksi di berbagai negara.

Secara keseluruhan, pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2023 mengalami perlambatan dibandingkan tahun 2022. Hal ini terindikasi dari penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) global. Bahkan, beberapa negara mengalami resesi, seperti Amerika Serikat dan beberapa negara di kawasan Eropa.

Perlambatan perekonomian global berdampak pada melambatnya perekonomian nasional, hal itu dapat dilihat dari laju pertumbuhan ekonomi yang pada Tahun 2022 mampu tumbuh 5,31 persen, namun pada Tahun 2023 hanya mampu tumbuh sebesar 5,05 persen. Akibat dari perlambatan perekonomian nasional, Provinsi Jawa Barat sebagai penyumbang ketiga terbesar kue ekonomi nasional menerima efeknya sehingga laju pertumbuhan ekonominya melambat dari 5,45 persen pada Tahun 2022, tetapi tumbuh sebesar 5,00 persen pada Tahun 2023 ini.

Perlambatan ekonomi pada tingkat nasional dan Provinsi Jawa Barat pada tahun 2023. Fenomena ini diindikasikan memiliki pengaruh terhadap kinerja ekonomi Kota Cirebon, sehingga laju pertumbuhan ekonominya hanya mencapai 5,01 persen. Capaian ini lebih rendah dibandingkan tahun 2022 yang mencatatkan pertumbuhan sebesar 5,10 persen. Nilai PDRB Kota Cirebon secara nominal pada tahun 2023 sebesar 28,77 triliun rupiah, mengalami peningkatan sebesar 2,15 triliun rupiah dibandingkan dengan tahun 2022 yang mencapai 26,62 triliun rupiah. Peningkatan nilai PDRB nominal tidak hanya dipengaruhi oleh meningkatnya volume produksi, tetapi juga oleh kenaikan harga-harga.

Secara riil berdasarkan harga konstan, nilai PDRB Kota Cirebon juga mengalami peningkatan dari 18,03 triliun rupiah pada tahun 2022 menjadi 18,93 triliun rupiah pada tahun 2023. Peningkatan sebesar 0,90 triliun pada nilai PDRB ini membuat perekonomian Kota Cirebon mampu tumbuh sebesar 5,01 persen. Besarnya peranan berbagai lapangan usaha ekonomi dalam memproduksi barang dan jasa sangat menentukan struktur ekonomi suatu daerah. Struktur ekonomi yang terbentuk dari nilai tambah yang diciptakan oleh setiap lapangan usaha menggambarkan seberapa besar ketergantungan suatu daerah terhadap kemampuan berproduksi dari setiap lapangan usaha.

Struktur perekonomian Kota Cirebon selama lima tahun terakhir (2019-2023) didominasi oleh lima kategori lapangan usaha, diantaranya Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor; Transportasi dan Pergudangan; Jasa Keuangan dan Asuransi; Industri Pengolahan serta Konstruksi. Hal ini dapat dilihat dari peranan masing-masing lapangan usaha terhadap pembentukan PDRB Kota Cirebon. Secara bersama-sama kelima lapangan usaha tersebut pada tahun 2023 memegang peranan sekitar 73,12 persen, sedangkan dua belas lapangan usaha yang lainnya berperan sekitar 26,88 persen.

Tabel IV.14. Distribusi Persentase PDRB Kota Cirebon Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha 2019-2023

Lapangan Usaha/Industry		2019	2020	2021	2022*	2023**
(1)		(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan/ Agriculture, Forestry and Fishery	0,33	0,34	0,34	0,34	0,32
B	Pertambangan dan Penggalian/Mining and Quarrying	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C	Industri Pengolahan/Manufacturing	10,06	10,20	10,43	10,37	10,44
D	Pengadaan Listrik dan Gas/Electricity and Gas	0,61	0,59	0,58	0,58	0,59
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Air Ulang/Water supply, Sewerage, Waste Management and Remediation Activities	0,29	0,31	0,32	0,32	0,30
F	Konstruksi/Construction	9,97	9,46	9,36	8,98	8,80
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor/Wholesale and Retail Trade; Repair of Motor Vehicles and Motorcycles	31,45	29,74	29,06	28,77	28,20
H	Transportasi dan Pergudangan/Transportation and Storage	11,57	11,49	11,46	13,22	14,43
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum/ Accommodation and Food Service Activities	5,38	5,11	5,21	5,59	5,93
J	Informasi dan Komunikasi/Information and Communication	4,70	6,31	6,13	5,82	5,76
K	Jasa Keuangan dan Asuransi/Financial and Insurance Activities	11,29	11,71	11,87	11,83	11,17
L	Real Estat/Real Estate Activities	0,93	0,93	1,00	1,01	1,04
M,N	Jasa Perusahaan/Business Activities	0,83	0,84	0,86	0,85	0,82
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib/Public Administration and Defence; Compulsory Social Security	3,93	3,66	3,51	3,17	3,03
P	Jasa Pendidikan/Education	3,54	4,30	4,28	4,25	4,24
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial/Health and Social Work Activities	2,30	2,91	2,58	2,55	2,56
R,S,T,U	Jasa Lainnya/Other Services Activities	2,39	2,41	2,41	2,35	2,40
Produk Domestik Regional Bruto/Gross Regional Domestic Product		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Peranan terbesar dalam pembentukan PDRB Kota Cirebon pada tahun 2023 berasal dari lapangan usaha Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor yang mencapai 28,28 persen, kemudian peran terbesar kedua ialah lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan sebesar 14,43 persen dan urutan ketiga adalah lapangan usaha Jasa Keuangan dan Asuransi dengan peran sebesar 11,17 persen. Selain itu Industri Pengolahan dan Konstruksi masing masing berkontribusi sebesar 10,44 persen dan 8,80 persen dalam membentuk PDRB Kota Cirebon pada tahun 2023.

Sebagaimana dapat dilihat pada Tabel IV.10 diatas, lapangan usaha Transportasi dan pergudangan di Tahun 2023 ini mengalami peningkatan peranan sebesar 1,21 persen dibanding Tahun 2022 yang senilai 13,22 persen. Telah diselesaikannya proyek jalan Tol Cisumdawu membuat transportasi darat semakin singkat untuk dilalui sehingga kembali menjadi pilihan masyarakat.

Posisi peringkat lima besar peranan lapangan usaha terhadap perekonomian Kota Cirebon pada tahun 2023 tidak mengalami perubahan jika dibandingkan dengan tahun 2022. Adapun perubahan absolut peranan masing-masing lapangan usaha selama 2023 terhadap 2022 adalah Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor turun 0,50 poin; Transportasi dan Pergudangan naik 1,21 poin; Jasa Keuangan dan Asuransi turun 0,66 poin; Industri Pengolahan turun 0,07 poin serta Konstruksi turun 0,18 poin.

Pada lapangan usaha lainnya di luar lima besar tersebut kenaikan peranan tertinggi dialami oleh lapangan usaha Informasi dan Komunikasi sebesar 0,16 poin, sedangkan penurunan peranan tertinggi dialami oleh lapangan usaha administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib yang turun 0,14 poin.

Berdasarkan harga konstan, nilai PDRB Kota Cirebon pada tahun 2023 mengalami peningkatan bila dibandingkan tahun 2022. Nilai PDRB Kota Cirebon tahun 2023 atas dasar harga konstan, mencapai 18,93 triliun rupiah. Angka tersebut meningkat sebesar 0,90 triliun rupiah dibandingkan tahun 2022 yang sebesar 18,03 triliun rupiah. Hal tersebut menunjukkan bahwa selama tahun 2023 Kota Cirebon mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 5,01 persen.

Kinerja positif perekonomian Kota Cirebon terlihat dari laju pertumbuhan pada lapangan usaha unggulan di Kota Cirebon yang selama ini selalu menjadi andalan sebagai penggerak utama roda perekonomian. Dari lima lapangan usaha unggulan, Transportasi dan Pergudangan mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 9,99 persen, selanjutnya Industri Pengolahan mampu tumbuh sebesar 8,26 persen yang menjadikannya lapangan usaha dengan peringkat pertumbuhan tertinggi kedua, peringkat pertumbuhan ketiga adalah lapangan usaha Konstruksi yang tumbuh sebesar 5,33 persen, dan peringkat pertumbuhan selanjutnya adalah berturut-turut lapangan usaha Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor dan lapangan usaha Jasa Keuangan dan Asuransi yang tumbuh sebesar 2,25 persen, dan 0,48 persen.

Selain lima lapangan usaha unggulan, secara umum pada tahun 2023 hampir seluruh lapangan usaha perekonomian di Kota Cirebon mampu tumbuh positif, kecuali lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan, dan lapangan usaha Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang yang mengalami kontraksi masing sebesar 1,33 persen dan 1,34 persen.

Beberapa lapangan usaha mampu tumbuh tinggi di atas 5 persen diantaranya adalah Real Estat yang mengalami pertumbuhan tinggi sebesar 9,22 persen, lapangan usaha Pengadaan Listrik dan Gas tumbuh sebesar 8,92 persen, lapangan usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum tumbuh sebesar 8,63 persen, lapangan usaha Jasa Lainnya tumbuh 7,62 persen, lapangan usaha Informasi dan komunikasi tumbuh 6,83 persen, kemudian lapangan usaha Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial tumbuh 5,79 persen, dan terakhir lapangan usaha Jasa Pendidikan yang mampu tumbuh sebesar 5,42 persen.

Tabel IV.15. Laju Pertumbuhan PDRB Kota Cirebon Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha 2019-2023

	Lapangan Usaha/Industry	2019	2020	2021	2022*	2023**
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan/ Agriculture, Forestry and Fishing	2,83	0,30	3,13	2,50	-1,33
B	Pertambangan dan Penggalian/Mining and Quarrying	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C	Industri Pengolahan/Manufacturing	5,62	-0,70	4,28	6,24	8,26
D	Pengadaan Listrik dan Gas/Electricity and Gas	-10,01	-4,26	3,45	5,24	8,92
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang/Water supply, Sewerage, Waste Management and Remediation Activities	4,14	3,01	8,83	6,56	-1,34
F	Konstruksi/Construction	4,59	-5,70	2,53	-1,78	5,33
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor/Wholesale and Retail Trade; Repair of Motor Vehicles and Motorcycles	5,86	-6,86	2,68	3,55	2,25
H	Transportasi dan Pergudangan/Transportation and Storage	7,76	-2,58	2,42	18,68	9,99
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum/ Accommodation and Food Service Activities	6,03	-8,11	4,24	12,01	8,63
J	Informasi dan Komunikasi/Information and Communication	9,70	33,83	3,11	4,73	6,83
K	Jasa Keuangan dan Asuransi/Financial and Insurance Activities	6,88	1,04	3,03	-0,13	0,48
L	Real Estat/Real Estate Activities	10,12	-0,23	12,48	5,81	9,22
M,N	Jasa Perusahaan/Business Activities	8,87	-12,19	6,57	5,51	1,41
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib/Public Administration and Defence; Compulsory Social Security	2,31	-7,22	-0,42	-1,48	1,85
P	Jasa Pendidikan/Education	7,38	6,83	2,09	7,39	5,42
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial/Human Health and Social Work Activities	8,59	10,89	3,02	5,78	5,79
R,S,T,U	Jasa lainnya/Other Services Activities	9,44	-0,40	4,79	5,02	7,62
	Produk Domestik Regional Bruto/Gross Regional Domestic Product	6,29	-0,98	3,65	5,10	5,01

Dari enam belas lapangan usaha yang ada di Kota Cirebon, sebanyak empat belas lapangan usaha mengalami pertumbuhan yang positif, terdapat dua lapangan usaha yang mengalami pertumbuhan negatif pada tahun 2023 yaitu Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; dan Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang. Data pertumbuhan ekonomi kota Cirebon periode 2019-2023 dengan rincian 17 kategori lapangan usaha secara lengkap disajikan pada Tabel IV.11 di atas.

IV.3.3 Sosial Masyarakat

Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) salah satu diantaranya diupayakan melalui pembangunan di bidang pendidikan, terutama melalui pendidikan formal. Sementara itu untuk memajukan dunia pendidikan upaya yang dilakukan diantaranya meningkatkan prasarana dan sarana agar dapat memperluas jangkauan pelayanan dan kesempatan kepada masyarakat dalam memperoleh pendidikan. Tersedianya sarana dan prasarana pendidikan di Kota Cirebon merupakan salah satu wujud nyata pembangunan dalam bidang pendidikan.

Pada Tahun 2022 dan 2023, angka partisipasi murni (APM) menurut jenjang pendidikan di Kota Cirebon secara umum mengalami penurunan. Di tingkat pendidikan dasar menurun 0.16 poin, di tingkat pendidikan menengah pertama menurun 13,02 poin dan di tingkat pendidikan menengah atas menurun 7.12 poin, yang secara lengkap dapat dilihat pada Tabel IV.12 berikut.

Tabel IV.16. Angka Partisipasi Murni (APM) dan Angka Partisipasi Kasar (APK) Menurut Jenjang Pendidikan di Kota Cirebon 2022-2023

Jenjang Pendidikan <i>Educational Level</i>	Angka Partisipasi Murni (APM) <i>Net Enrollment Rate</i>		Angka Partisipasi Kasar (APK) <i>Gross Enrollment Ratio</i>	
	2022	2023	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
SD/MI/Sederajat <i>Primary School</i>	95,58	95,42		101,44
SMP/MTs/ Sederajat <i>Lower Secondary School</i>	95,58	82,56		94,29
SMA/SMK/MA/Sederajat <i>Upper Secondary School</i>	68,50	61,38		71,04

Meskipun pertumbuhan ekonomi Kota Cirebon mencapai angka 5% tetapi angka kemiskinan penduduk masih cukup tinggi yang berada di angka lebih dari 9 %. Pada Tahun 2023 tercatat jumlah penduduk miskin di Kota Cirebon 29,5 ribu jiwa atau sekitar 9,16% dari total penduduk kota. Angka tersebut menurun dibandingkan jumlah penduduk miskin pada Tahun 2022 yang berada di angka 31,50 ribu jiwa atau sekitar 9,82 persen dari total penduduk kota sebagaimana terlihat pada Tabel IV.13.

Tabel IV.17. Garis Kemiskinan, Jumlah dan Persentase Penduduk Miskin di Kota Cirebon 2016-2023

Tahun Year	Garis Kemiskinan (rupiah/kapita/bulan) Poverty Line (rupiah/capita/month)	Jumlah Penduduk Miskin (ribu) Number of Poor People (thousand)	Persentase Penduduk Miskin Percentage of Poor People
(1)	(2)	(3)	(4)
2016	373.866	30,15	9,23
2017	392.725	30,19	9,66
2018	426.738	28,03	8,88
2019	444.574	26,80	8,41
2020	457.954	30,61	9,52
2021	467.248	32,00	10,03
2022	485.613	31,50	9,82
2023	520.579	29,50	9,16

Pada tahun 2021, seluruh kabupaten/kota di Jawa Barat mengalami pertumbuhan IPM yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa pencapaian pembangunan manusia di Jawa Barat sudah lebih baik dibandingkan tahun 2020. Pertumbuhan IPM Jawa Barat mencapai 0,50 persen. Sebanyak delapan kabupaten/kota di Jawa Barat mengalami pertumbuhan IPM melebihi pertumbuhan IPM Jawa Barat, salah satunya adalah Kota Cirebon, sedangkan 18 kabupaten lainnya mengalami pertumbuhan IPM dibawah pertumbuhan IPM Jawa Barat.

IV.4. IKM di Kota Cirebon

Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Cirebon mencatat bahwa pada tahun 2023 terdapat 270 koperasi aktif yang tersebar di 5 kecamatan. Kecamatan yang memiliki jumlah koperasi aktif paling banyak adalah Kesambi sebanyak 89 unit, sedangkan kecamatan yang paling sedikit adalah Pekalipan. Berdasarkan jenis koperasi, mayoritas merupakan KPRI masingmasing 62 unit, Sementara KUD hanya berjumlah 1 unit.

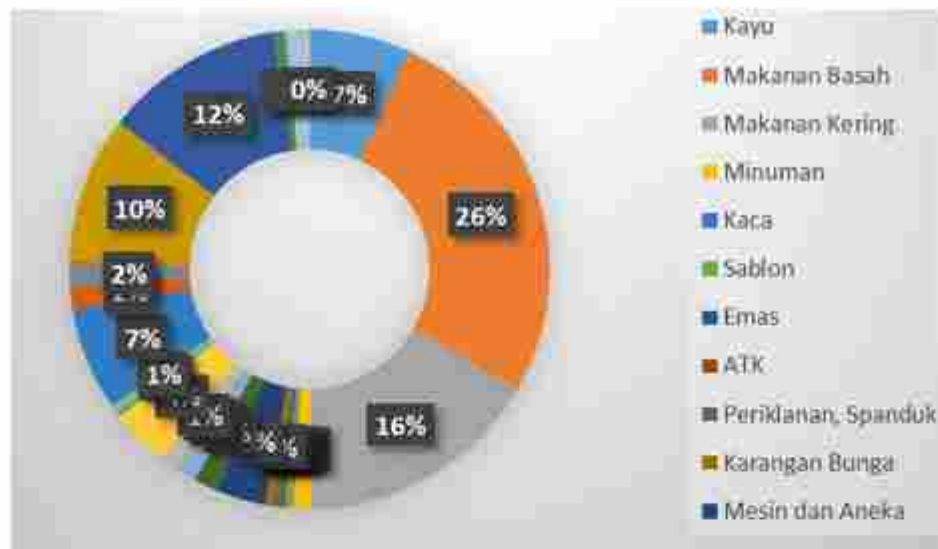
Tabel IV.18. Jumlah Koperasi Aktif Menurut Kecamatan di Kota Cirebon 2020-2023

Kecamatan <i>District</i>	2020	2021	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Harjamukti	47	52	52	52
Lemahwungkuk	45	46	47	47
Pekalipan	12	14	14	14
Kesambi	87	88	89	89
Kejaksan	66	68	68	68
Kota Cirebon	257	268	270	270

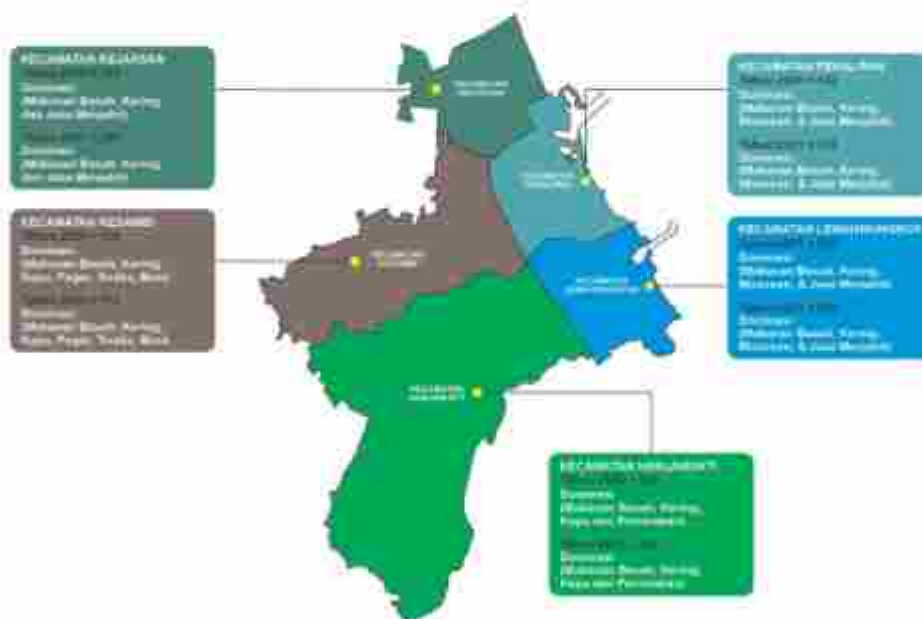
Tabel IV.19. Jumlah Koperasi Aktif Menurut Jenis Koperasi dan Kecamatan di Kota Cirebon 2023

Kecamatan <i>District</i>	Jenis Koperasi/ Kind of Cooperative					Jumlah <i>Total</i>
	KUD	KPRI	KOPKAR	KOPPAS	Lainnya <i>Other</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Harjamukti	0	7	2	2	41	52
Lemahwungkuk	1	10	15	0	21	47
Pekalipan	0	1	1	0	12	14
Kesambi	0	25	14	2	48	89
Kejaksan	0	19	17	1	31	68
Kota Cirebon	1	62	49	3	153	270

Sementara itu, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Cirebon pada Tahun 2023 berjumlah 2.183 buah. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pada Tahun 2022 berjumlah 1.948, sementara pada Tahun 2021 berjumlah 1.028 buah. Berdasarkan data tahun 2021 proporsi jumlah IKM di Kota Cirebon masih didominasi oleh jenis produksi makanan basah, kemudian pada jenis produksi lain seperti bengkel dan kerajinan sebagaimana dapat dilihat pada Gambar IV.3 berikut. Pada tahun-tahun berikutnya termasuk pada Tahun 2023 proporsi IKM relatif sama. Dominasi produk tersebut secara spasial tersebar merata di hampir 5 (lima) kecamatan di Kota Cirebon.



Gambar IV.3. Proporsi Jumlah Industri Kecil Menengah (IKM) Di Kota Cirebon Tahun 2021



Gambar IV.4. Sebaran Industri Kecil Menengah (IKM) Di Kota Cirebon Tahun 2021

Pada Tahun 2022, saat penyusunan Rencana Pembangunan Industri Kota Cirebon telah ditetapkan sebagian produk industri unggulan di Kota Cirebon, seperti: makanan basah dan kering; jasa menjahit; pengolahan pagar, teralis, besi; pengolahan kayu; percetakan; kerajinan dan pakaian jadi.

IV.5. Perindustrian dalam Dokumen Perencanaan Tata Ruang Kota Cirebon

Berdasarkan dokumen Rencana Detail Tata Ruang Kota Cirebon 2021-2041 telah ditetapkan luas Zona Kawasan Peruntukan Industri (KPI) seluas 49,09 Ha, sebagaimana pada Gambar IV.5 – Gambar IV.8, terdapat di:

- SWP B seluas 46,90 Ha, terdapat di blok B.8, blok B.9, blok b.12 dan blok b.13;
- SWP C seluas 0,16 Ha, terdapat di blok C.4; dan
- SWP D seluas 2,03 Ha, terdapat di blok D.2.



Gambar IV.5. Sebaran Kawasan Peruntukan Industri Berdasarkan RDTR Kota Cirebon 2021-2041



Gambar IV.6. Sebaran Kawasan Peruntukan Industri Di SWP B Kota Cirebon



Gambar IV.7. Sebaran Kawasan Peruntukan Industri
DI SWP C Kota Cirebon



Gambar IV.8. Sebaran Kawasan Peruntukan Industri
DI SWP D Kota Cirebon

Perwujudan Zona Kawasan Peruntukan Industri (KPI) di Kota Cirebon meliputi:

1. Pengembangan industri yang berteknologi tinggi, ramah lingkungan, dan membangkitkan kegiatan ekonomi;
2. Program optimalisasi perbaikan aspek lingkungan hidup untuk industri yang berkelanjutan;
3. Pengembangan sistem informasi simbiosis industri hijau;
4. Pengembangan industri kecil dan menengah yang ramah lingkungan, hemat lahan dan dapat menyerap tenaga kerja lokal;
5. Pengembangan innovation centre (techno park, balai uji industri, training house industri, dan sentra industri kecil menengah);
6. Pengembangan dan pengawasan prasarana pengolahan limbah B3;
7. Pengembangan penguatan sinergi antar industri; dan
8. Pembangunan infrastruktur penunjang industri.

BAB V

KLASTER INDUSTRI

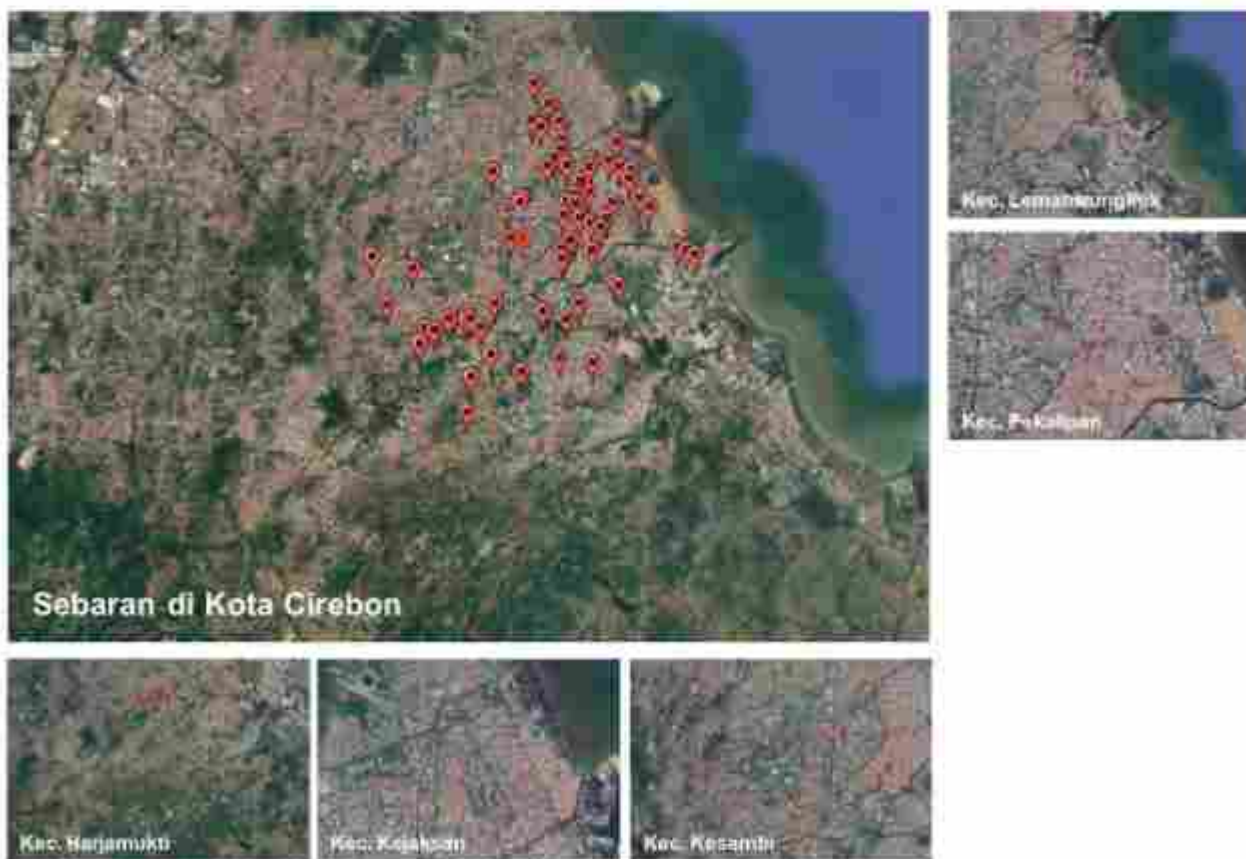
Bab ini menguraikan 4 (empat) hal yang penting dalam kajian pemetaan klaster industri. Yang pertama, klaster industri berdasarkan aspek spasial (spatial); yang kedua, klaster industri berdasarkan aspek keterkaitan (linkage); yang ketiga analisis SWOT klaster industri Kota Cirebon; serta keempat peluang pengembangan sentra industri Kota Cirebon.

V.1. Klaster Industri berdasarkan Aspek Spasial (spatial)

Klaster industri berdasarkan pemahaman fisik spasial mengacu pada pengelompokan industri yang didasarkan pada aspek geografis dan spasial suatu kegiatan industri. Berdasarkan spasial, kajian ini mencoba mengidentifikasi dimana saja terbentuk klaster industri di Kota Cirebon. Meskipun identifikasi yang dilakukan lebih kepada penjelasan kedekatan geografis, tetapi sangat mungkin diperoleh informasi adanya aksesibilitas, pola distribusi serta interaksi antariandustri dalam suatu area tertentu.

V.1.1 Klaster Makanan Basah

Secara umum industri kecil menengah berupa produksi makanan basah dihasilkan merata di seluruh kecamatan di Kota Cirebon, baik itu di Kec. Harjamukti, Kec. Kejaksan, Kec. Kesambi, Kec. Lemahwungkuk dan Kec. Pekalipan. Di Kec. Kejaksan dan kec.



Gambar V.1. Sebaran Industri Makanan Basah

Pekalipan jumlah industri relatif lebih sedikit dibandingkan dengan yang terdapat kecamatan lainnya. Kondisi tersebut sangat mungkin dipengaruhi oleh luas kedua kecamatan yang relatif kecil dibandingkan dengan luas kecamatan lainnya. Meskipun cukup merata, tetapi dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri makanan basah dengan industri makanan basah lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha makanan kering ini kurang membentuk sebuah klaster industri. Pada beberapa area di Kec. Harjamukti dan di Kec. Kesambi, terlihat kedekatan geografis antara industri makanan basah. Sebaran industri makanan basah di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.1**.

V.1.2 Klaster Makanan Kering

Hampir sama dengan produksi makanan basah, secara umum industri kecil menengah berupa produksi makanan kering dihasilkan merata di seluruh kecamatan di Kota Cirebon, baik itu di Kec. Harjamukti, Kec. Kejaksan, kec. Kesambi, Kec. Lemahwungkuk dan Kec. Pekalipan. Di Kec. Kejaksan dan kec. Pekalipan jumlah industri relatif lebih sedikit dibandingkan dengan yang terdapat kecamatan lainnya. Kondisi tersebut sangat mungkin dipengaruhi oleh luas kedua kecamatan yang relatif kecil dibandingkan dengan luas kecamatan lainnya. Meskipun cukup merata, tetapi dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri makanan kering dengan makanan kering lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha makanan kering ini kurang membentuk sebuah klaster industri. Pada beberapa area di Kec. Harjamukti dan di Kec. Kesambi, terlihat kedekatan geografis antara industri makanan kering yang satu dengan yang



Gambar V.2. Sebaran Industri Makanan Kering

lainnya. Sebaran industri makanan kering di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.2**.

V.1.3 Klaster Industri Minuman

Dari sisi jumlah, usaha bidang minuman relatif tidak sebanyak usaha makanan basah dan kering. Namun demikian usaha minuman ini menyebar di beberapa kecamatan di Kota Cirebon, yaitu: Kec. Harjamukti, Kec. Kejaksan, Kec. Lemahwungkuk dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri minuman satu dengan minuman lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha minuman ini tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri minuman di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.3**.



Gambar V.3. Sebaran Industri Minuman

V.1.4. Klaster Industri Pakaian

Dari sisi jumlah, usaha bidang pakaian relatif sedikit. Namun demikian usaha pakaian ini menyebar di semua kecamatan di Kota Cirebon, yaitu: Kec. Harjamukti, Kec. Kejaksan, Kec. Lemahwungkuk, Kec. Kesambi dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri pakaian satu dengan pakaian lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang pakaian ini tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri pakaian di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.4**.



Gambar V.4. Sebaran Industri Pakaian

V.1.5. Klaster Industri Batik

Dari sisi jumlah, usaha bidang batik sangat sedikit. Namun demikian usaha pakaian ini terdapat di Kec. Kejaksan dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri pakaian satu dengan pakaian lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang batik ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri batik di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.5**.

V.1.6. Klaster Industri Jasa Menjahit

Dari sisi jumlah, usaha bidang jasa menjahit relatif sedikit. Namun demikian usaha jasa menjahit ini menyebar di semua kecamatan di Kota Cirebon, yaitu: Kec. Harjamukti, Kec. Kejaksan, Kec. Lemahwungkuk, Kec. Kesambi dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri jasa menjahit satu dengan jasa menjahit lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha jasa menjahit ini tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri jasa menjahit di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.6**.



Gambar V.5. Sebaran Industri Batik

V.1.7. Klaster Industri Konveksi



Gambar V.6. Sebaran Industri Jasa Menjahit

Dari sisi jumlah, usaha bidang konveksi sangat sedikit. Namun demikian usaha konveksi ini terdapat di Kec. Harjamukti, Kec. Kejaksan dan Kec. Kesambi. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri konveksi satu dengan konveksi lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang konveksi ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri konveksi di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.7**.



Gambar V.7. Sebaran Industri Jasa Menjahit

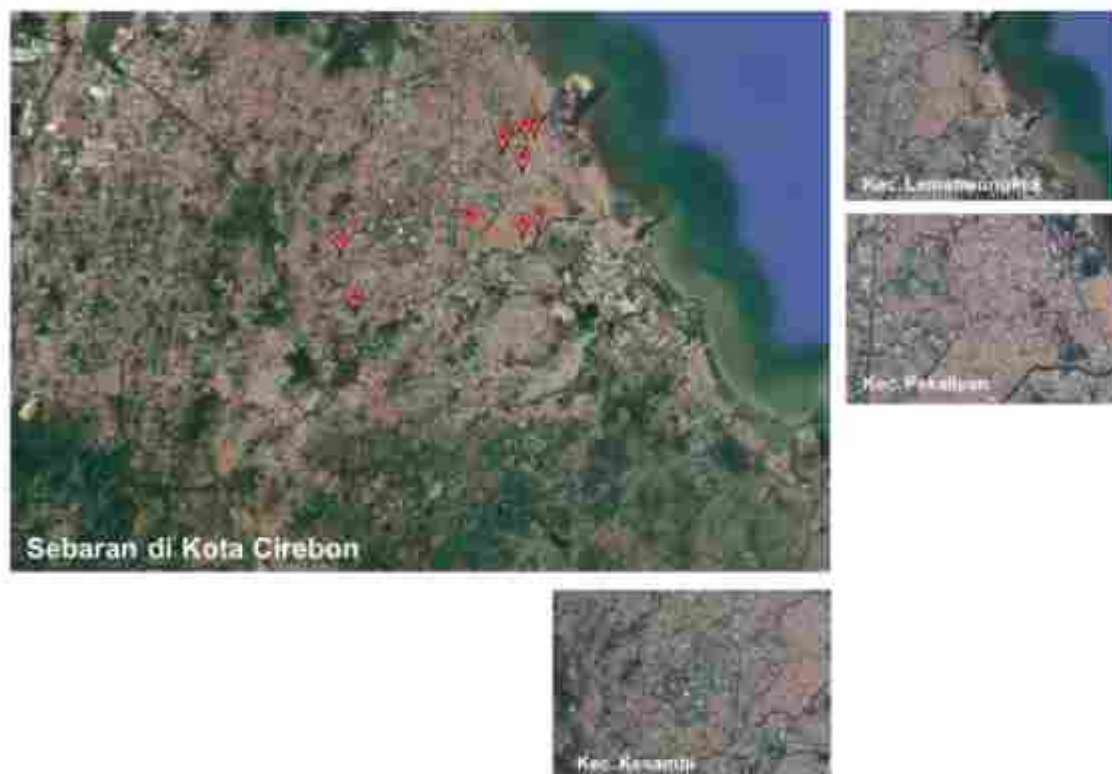
V.1.8. Klaster Industri Gorden

Dari sisi jumlah, usaha bidang gorden sangat sedikit. Namun demikian usaha gorden ini terdapat di Kec. Kesambi, Kec. Lemahwungkuk dan Kec. Kesambi. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri gorden satu dengan gorden lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang gorden ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri gorden di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.8**.

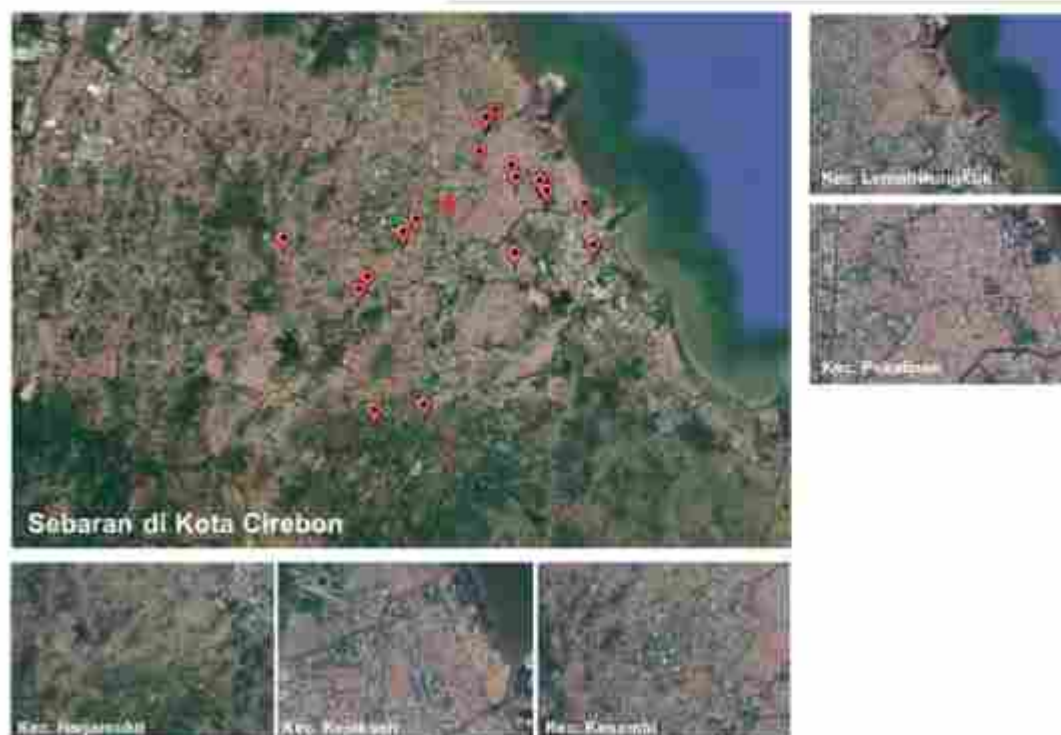
V.1.9. Klaster Industri Kerajinan Tangan (handycraft)

Dari sisi jumlah, usaha bidang kerajinan tangan (*handycraft*) tidak begitu besar. Namun demikian, usaha kerajinan tangan ini menyebar, terdapat di Kec. Harjamukti, Kec. Lemahwungkuk, Kec. Kesambi, Kec. Kejaksan dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri kerajinan tangan satu dengan kerajinan tangan lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang kerajinan tangan ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri, kecuali pada area/wilayah di Kec. Lemahwungkuk, terutama pada kawasan keraton dan sekitarnya. Sebaran industri

kerajinan tangan (*handycraft*) di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.9**.



Gambar V.8. Sebaran Industri Pemasangan Gorden



Gambar V.9. Sebaran Industri Kerajinan Tangan (*handycraft*)

V.1.10. Klaster Industri Jasa Percetakan

Dari sisi jumlah, usaha bidang jasa percetakan cukup besar. Usaha jasa percetakan ini menyebar di Kec. Harjamukti, Kec. Lemahwungkuk, Kec. Kesambi, dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri jasa percetakan satu dengan jasa percetakan lainnya berjarak cukup dekat, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha jasa percetakan ini pun membentuk sebuah klaster industri, terutama yang berada di Kec. Harjamukti di sepanjang koridor Jalan Kanggraksan Kota Cirebon. Sebaran industri jasa percetakan di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.10**.



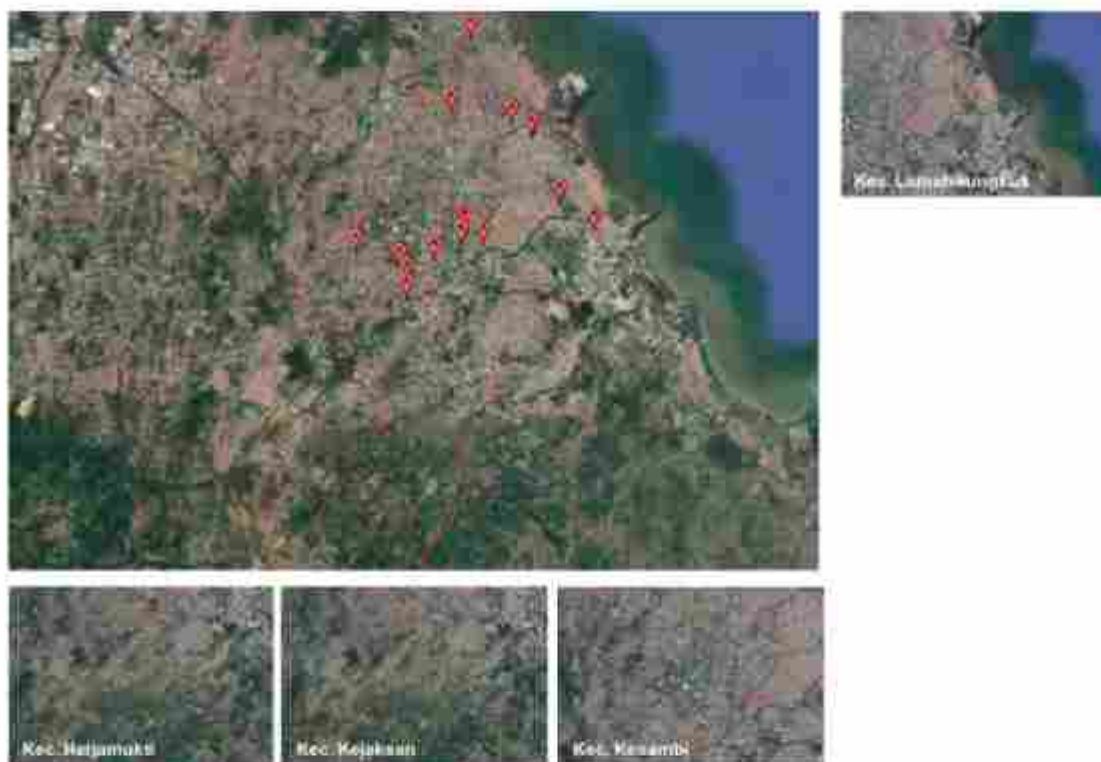
Gambar V.10. Sebaran Industri Jasa Percetakan

V.1.11. Klaster Industri Sablon

Dari sisi jumlah, usaha bidang sablon tidak begitu besar. Namun demikian, usaha kerajinan tangan ini cukup menyebar, terdapat di Kec. Harjamukti, Kec. Lemahwungkuk, Kec. Kesambi, dan Kec. Kejaksan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri sablon satu dengan sablon lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang sablon ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri sablon di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.11**.

V.1.12. Klaster Industri Periklanan

Dari sisi jumlah, usaha bidang periklanan tidak begitu besar. Namun demikian, usaha periklanan ini dapat dilihat di Kec. Harjamukti dan Kec. Kesambi. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri periklanan satu dengan periklanan lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang periklanan ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri periklanan di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.12**.



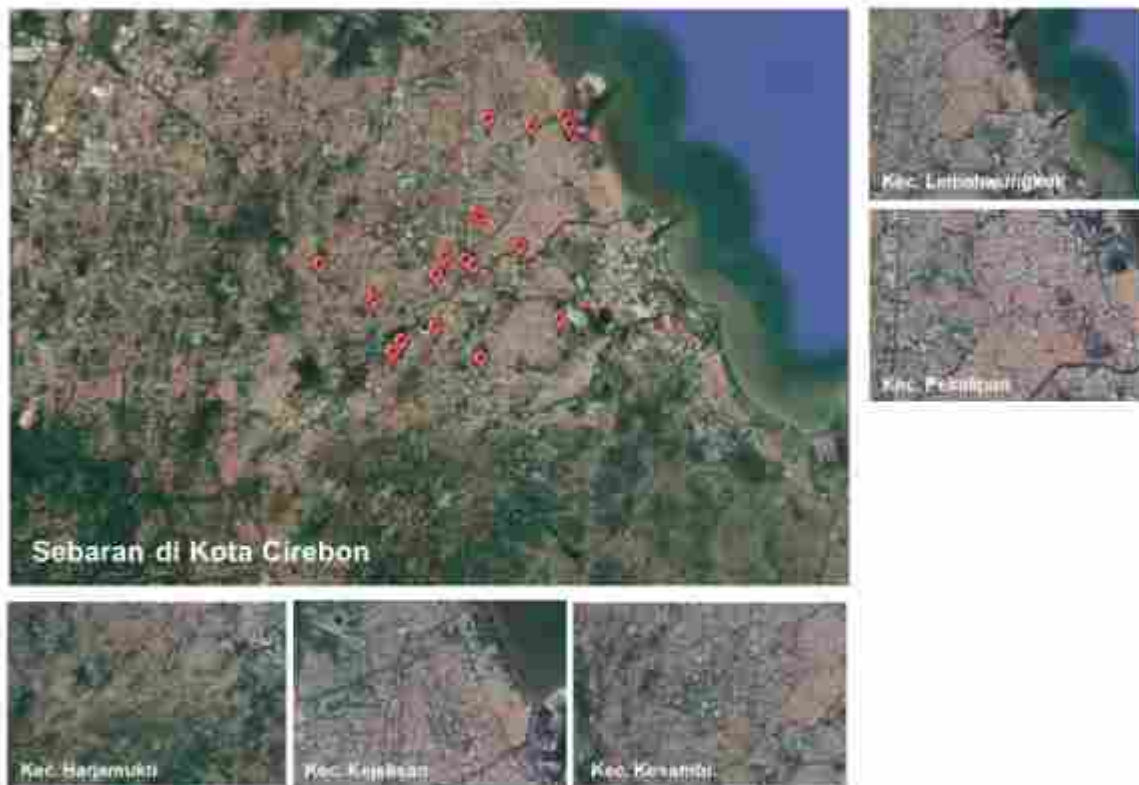
Gambar V.11. Sebaran Industri Sablon



Gambar V.12. Sebaran Industri Periklanan

V.1.13. Klaster Industri Pagar, Teralis dan Besi

Dari sisi jumlah, usaha bidang pembuatan pagar, teralis dan besi tidak begitu besar. Namun demikian, usaha ini menyebar di Kec. Harjamukti, Kec. Kejaksan, Kec. Kesambi, Kec. Lemhawangukuk dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara usaha yang satu dengan usaha lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang pembuatan pagar, teralis dan besi ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri, kecuali pada area tertentu di Kec. Harjamukti. Sebaran industri pembuatan pagar, teralis dan besi di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.13**.



Gambar V.13. Sebaran Industri Pagar, Teralis dan Besi

V.1.14. Klaster Industri Beton

Dari sisi jumlah, usaha bidang pembuatan beton tidak begitu besar. Namun demikian, usaha ini dapat dilihat di Kec. Harjamukti, Kec. Kesambi dan Kec. Lemhawangukuk. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara pembuatan beton yang satu dengan pembuatan beton lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang pembuatan beton ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri, kecuali pada area tertentu di Kec. Harjamukti. Sebaran industri beton di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.14**.

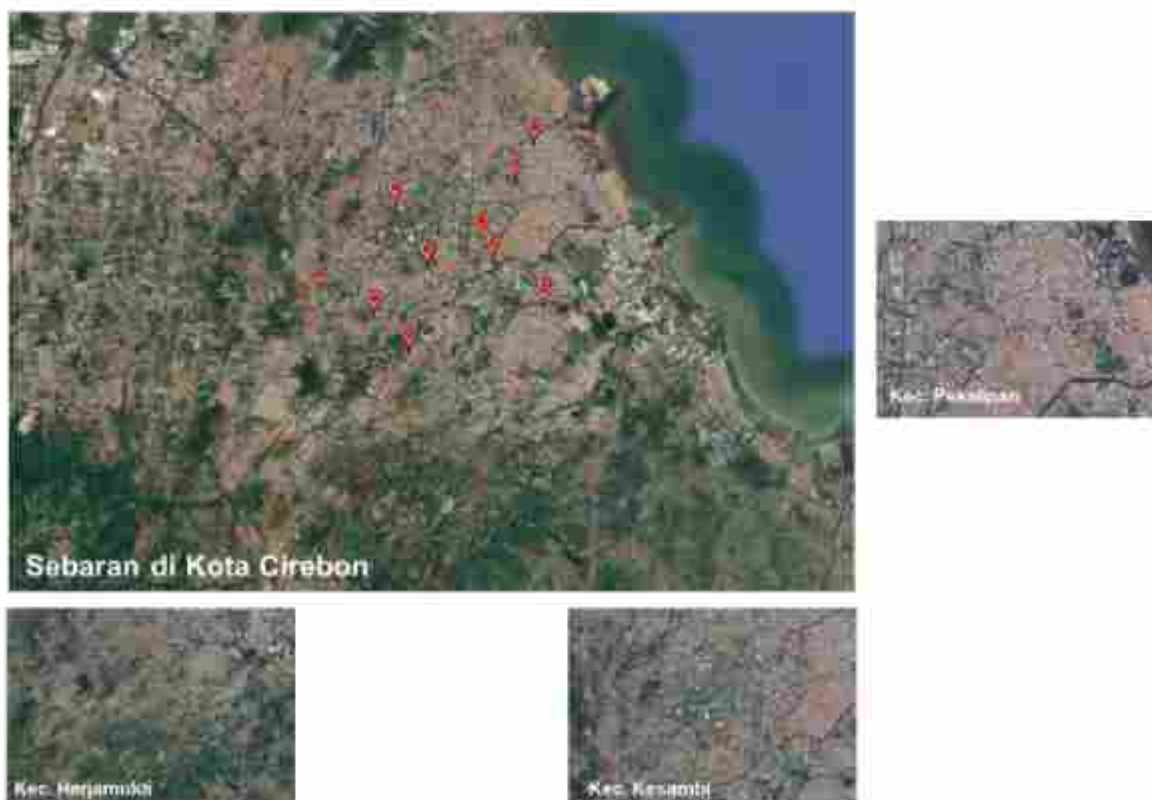
V.1.15. Klaster Industri Pemasangan Gypsum

Dari sisi jumlah, usaha pemasangan gipsium relatif sedikit. Namun demikian, usaha ini dapat dilihat di Kec. Harjamukti, Kec. Kesambi dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara pemasangan gipsium yang satu dengan pemasangan gipsium lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang pemasangan gipsium ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri

jasa pemasangan gipsum di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.15**.



Gambar V.14. Sebaran Industri Beton



Gambar V.15. Sebaran Industri Gypsum

V.1.16. Klaster Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca

Dari sisi jumlah, usaha pemasangan kaca relatif sedikit. Namun demikian, usaha ini menyebar juga di Kec. Harjamukti, Kec. Kesambi, Kec. Lemahwungkuk dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara pemasangan/pengolahan kaca yang satu dengan pemasangan/pengolahan kaca lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang pemasangan/pengolahan kaca ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri pemasangan/pengolahan kaca di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.16**.



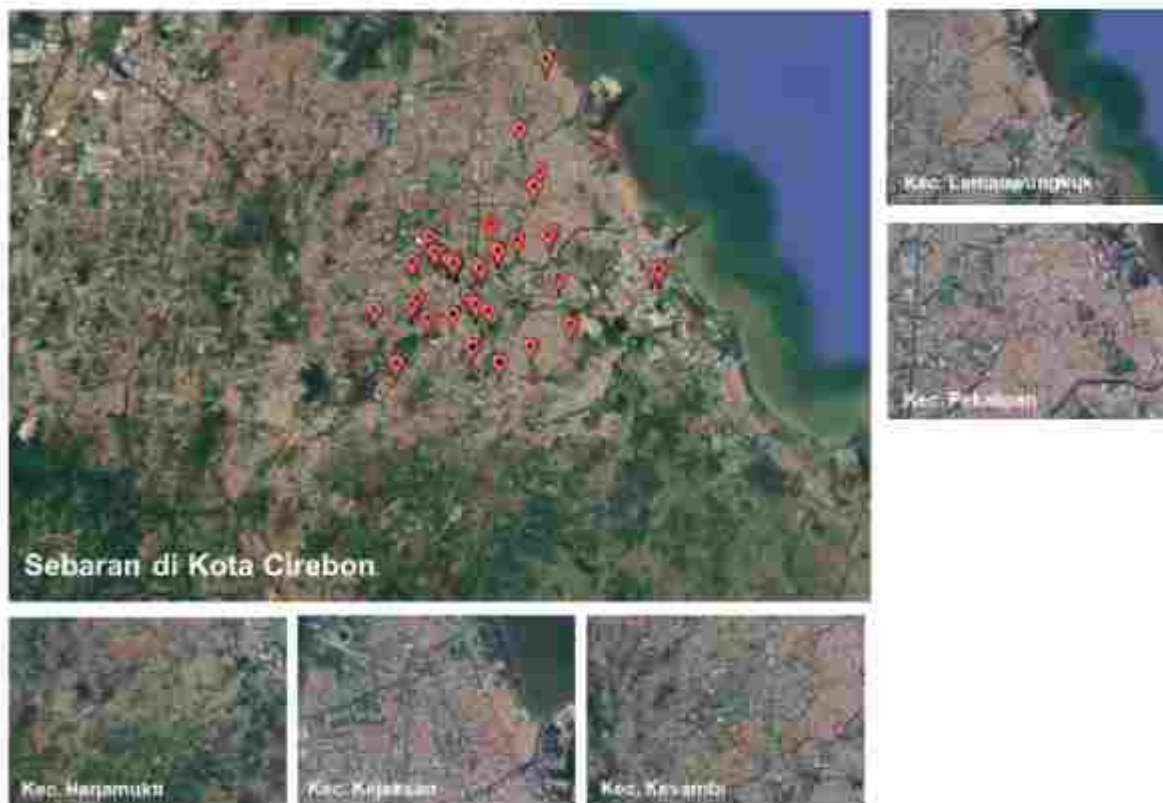
Gambar V.16. Sebaran Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca

V.1.17. Klaster Industri Perkayuan

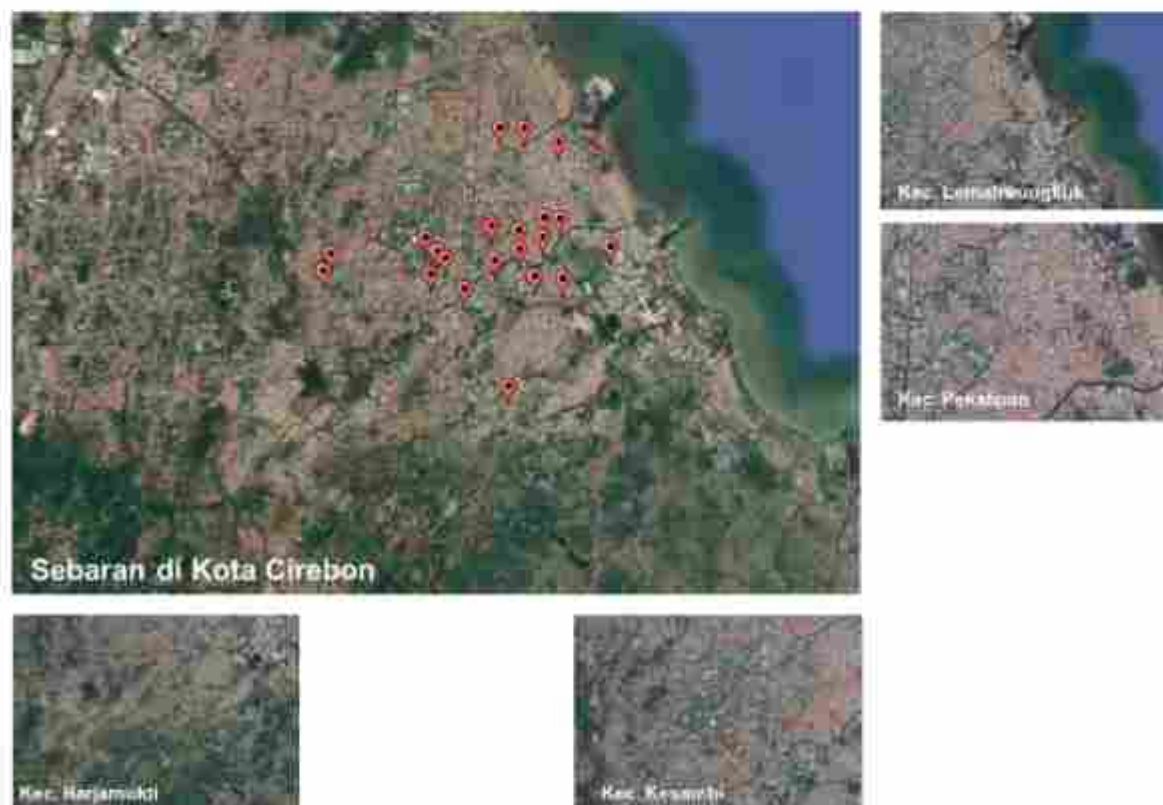
Dari sisi jumlah, usaha industri perkayuan ini cukup banyak. Usaha ini menyebar di Kec. Harjamukti, Kec. Kesambi, Kec. Kejaksan, Kec. Lemahwungkuk dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri perkayuan yang satu dengan perkayuan lainnya berjarak cukup dekat, terutama di Kec. Harjamukti dan Kec. Kesambi. Pada dua kecamatan tersebut terlihat adanya pembentukan klaster industri perkayuan. Sebaran industri perkayuan di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.17**.

V.1.18. Klaster Industri Jasa Bengkel

Dari sisi jumlah, usaha industri jasa bengkel ini cukup banyak. Usaha ini menyebar di Kec. Harjamukti, Kec. Kesambi, Kec. Lemahwungkuk dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara jasa bengkel yang satu dengan jasa bengkel lainnya berjarak cukup dekat, terutama di Kec. Kesambi. Pada kecamatan tersebut terlihat adanya pembentukan klaster industri jasa bengkel di Kota Cirebon. Sebaran industri jasa bengkel di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.18**.



Gambar V.17. Sebaran Industri Perkayuan



Gambar V.18. Sebaran Industri Jasa Bengkel

V.1.19. Klaster Industri Jasa Pengelasan

Dari sisi jumlah, usaha jasa pengelasan relatif sedikit. Namun demikian, usaha ini terdapat juga di Kec. Harjamukti, Kec. Kejaksan dan Kec. Kesambi. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara jasa pengelasan yang satu dengan jasa pengelasan lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang jasa pengelasan ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri jasa pengelasan di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.19**.



Gambar V.19. Sebaran Industri Jasa Pengelasan

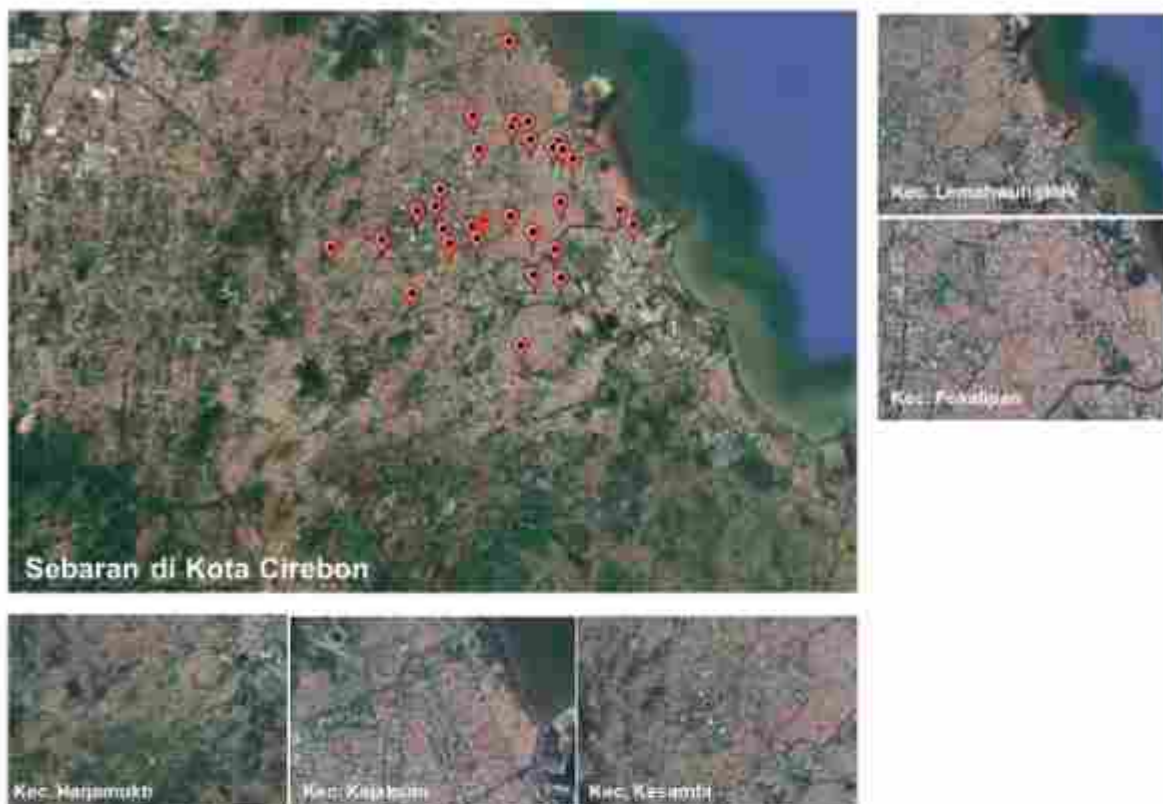
V.1.20. Klaster Industri Jasa Perbaikan (*service*)

Dari sisi jumlah, usaha jasa perbaikan (*service*) cukup banyak. Lokasi usaha ini pun menyebar di Kec. Harjamukti, Kec. Kejaksan, Kec. Kesambi, Kec. Lemahwungkuk, dan Kec. Pekalipan. Sayangnya, dari sisi jarak geografis, lokasi antara jasa perbaikan (*service*) yang satu dengan jasa perbaikan (*service*) lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang jasa perbaikan (*service*) ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri jasa perbaikan di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.20**.

V.1.21. Klaster Industri Karoseri

Dari sisi jumlah, usaha jasa karoseri relatif sedikit. Lokasi usaha ini terdapat di Kec. Harjamukti, Kec. Kesambi, dan Kec. Lemahwungkuk. Sayangnya, dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri karoseri yang satu dengan industri karoseri lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang industri karoseri

ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri karoseri di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.21**.



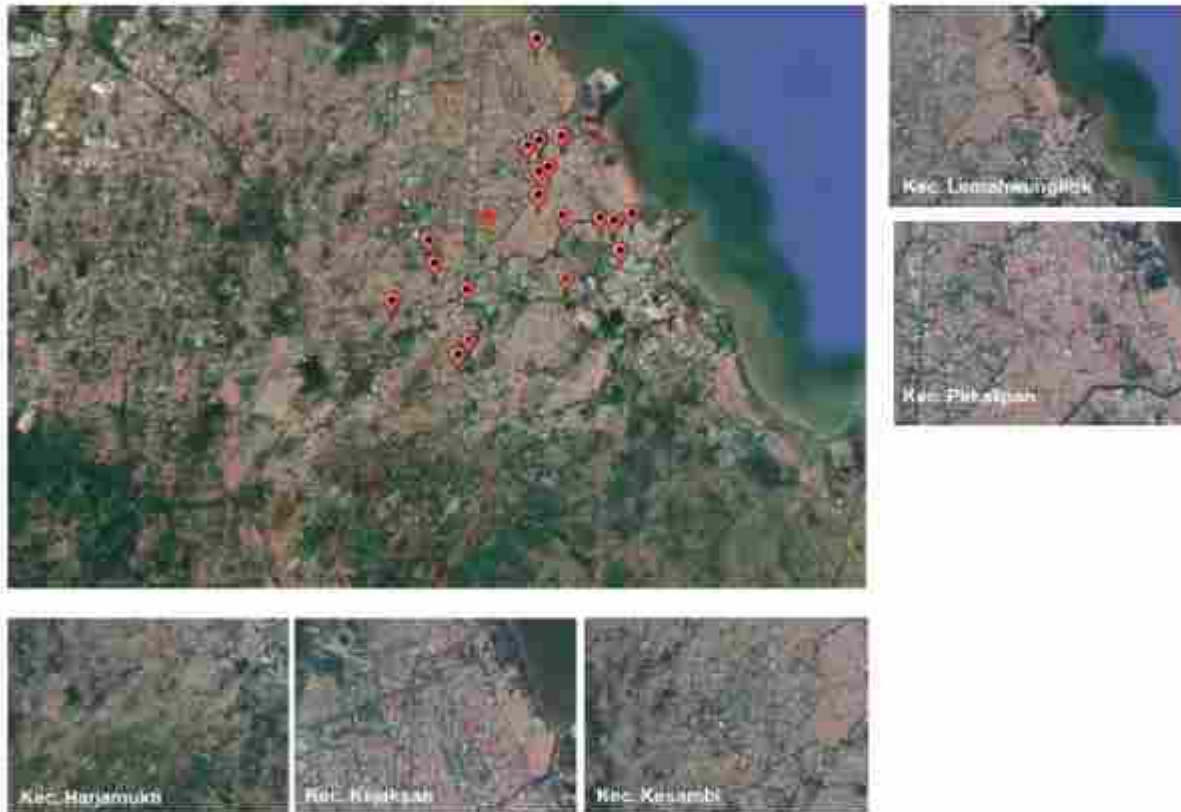
Gambar V.20. Sebaran Industri Jasa Perbaikan (*service*)



Gambar V.21. Sebaran Industri Karoseri

V.1.22. Klaster Industri Mesin dan Aneka

Dari sisi jumlah, usaha industri mesin dan aneka tidak begitu banyak. Meskipun demikian, lokasi usaha ini menyebar di Kec. Harjamukti, Kec. Kesambi, Kec. Lemahwungkuk, Kec. Kejaksan dan Kec. Pekalipan. Sayangnya, dari sisi jarak geografis, lokasi antara industri mesin yang satu dengan industri mesin lainnya berjarak cukup jauh, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha bidang industri mesin ini pun tidak membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri mesin dan aneka di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.22**.



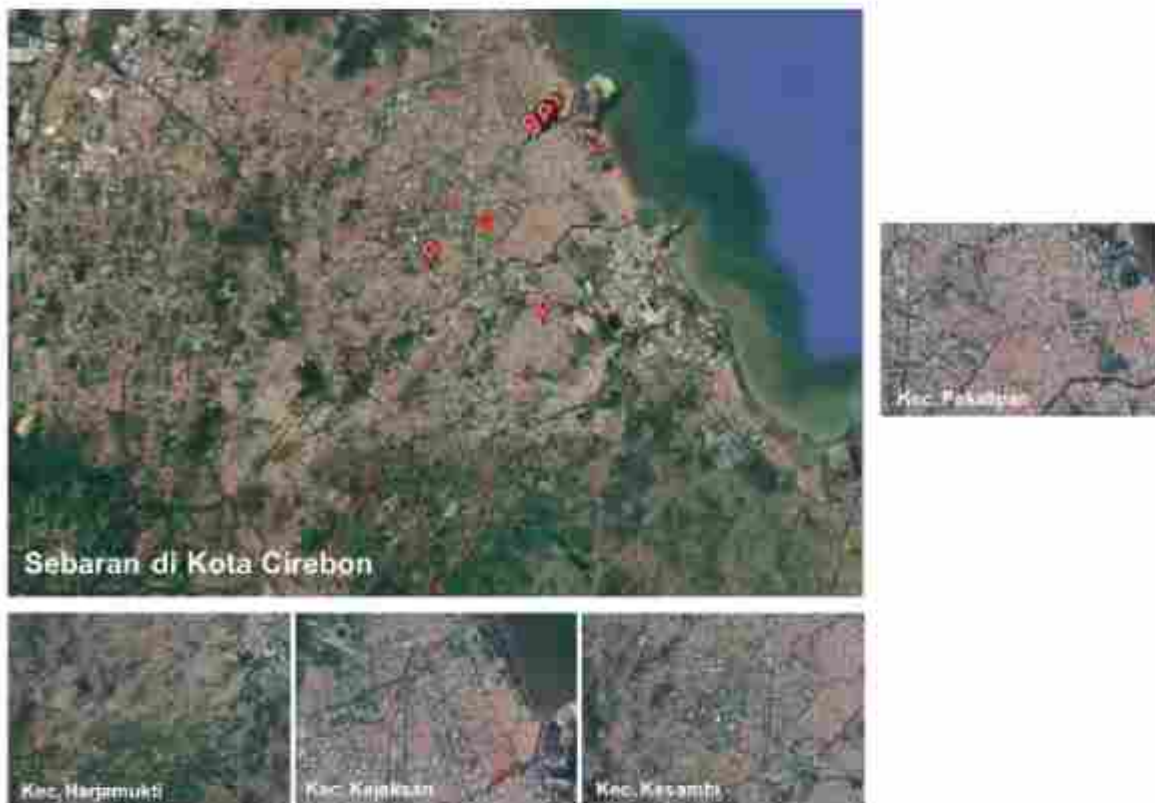
Gambar V.22. Sebaran Industri Mesin dan Aneka

V.1.23. Klaster Industri Karangan Bunga

Dari sisi jumlah, usaha industri pembuatan karangan bunga cukup banyak. Lokasi usaha ini terdapat di Kec. Harjamukti, Kec. Kesambi, Kec. Kec. Kejaksan dan Kec. Pekalipan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara pembuatan karangan bunga yang satu dengan yang lainnya berjarak cukup dekat, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha pembuatan karangan bunga ini pun membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri karangan bunga di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.23**.

V.1.24. Klaster Industri Pigura, Lukisan Kaca

Dari sisi jumlah, usaha industri pigura, lukisan kaca cukup banyak. Lokasi usaha ini terdapat di Kec. Kesambi dan Kec. Kec. Kejaksan. Dari sisi jarak geografis, lokasi antara pembuatan usaha pigura/lukisan kaca yang satu dengan yang lainnya berjarak cukup dekat, sehingga berdasarkan aspek spasial, usaha pembuatan pigura/lukisan kaca ini pun membentuk sebuah klaster industri. Sebaran industri pigura/lukisan kaca di Kota Cirebon secara spasial dapat dilihat pada **Gambar V.24**.



Gambar V.23. Sebaran Industri Karangan Bunga



Gambar V.24. Sebaran Industri Pigura, Lukisan Kaca

V.2. Klaster Industri berdasarkan Aspek Keterkaitan (*linkage*)

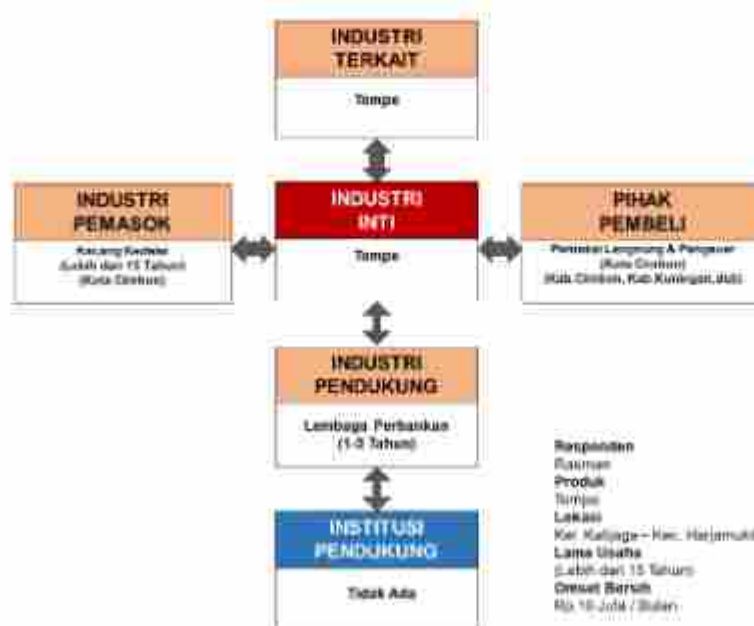
Pada bagian ini, pemahaman klaster industri sebagai sebuah keterkaitan (*linkage*) didapat dari beberapa sampel industri kecil yang diambil. Selain industri inti, apa yang menjadi industri pemasok, pihak pembeli, industri pendukung, industri terkait, serta institusi pendukung diidentifikasi pula.

V.2.1. Klaster Industri Makanan Basah

Industri makanan basah adalah sektor usaha yang berfokus pada produksi berbagai jenis kue yang memiliki tekstur lembut dan umumnya tidak tahan lama. Kue basah biasanya dibuat dari bahan-bahan seperti tepung, gula, santan, dan telur, serta sering kali dikukus atau digoreng. Untuk industri makanan basah, terdapat beberapa usaha yang dijadikan sampel seperti: industri tempe, industri tahu gejrot, industri kue-kue basah, industri ladu manis, dan sebagainya.

Industri Tempe

Meskipun dengan mudah pula di dapat di pasar-pasar Kota Cirebon, tetapi dalam melaksanakan industri berupa produksi tempe, kacang kedelai sebagai bentuk industri pemasok, di-supply dari beberapa daerah sekitar, seperti dari Kab. Cirebon, Kab. Kuningan, dan Kab. Majalengka. Industri tempe dan industri pemasok kacang kedelai ini telah berlangsung lebih dari 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli sebagian besar berasal dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan daerah sekitar, selain dibeli oleh beberapa pengecer di Kota Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 10 juta per bulan ini didukung pula oleh lembaga perbankan tempat para pelaku usaha meminjam modal. Meskipun tidak terlalu banyak, tetapi industri serupa (industri tempe) menjadi industri terkait yang berperan sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada institusi pendukung yang membantu industri tempe tersebut, baik itu dari perguruan tinggi atau lembaga lainnya. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih sangat terbatas seperti terlihat pada Gambar V.25 serta aktivitas industri tempe pada Gambar V.26.



Gambar V.25. Bentuk Klaster Industri Tempe



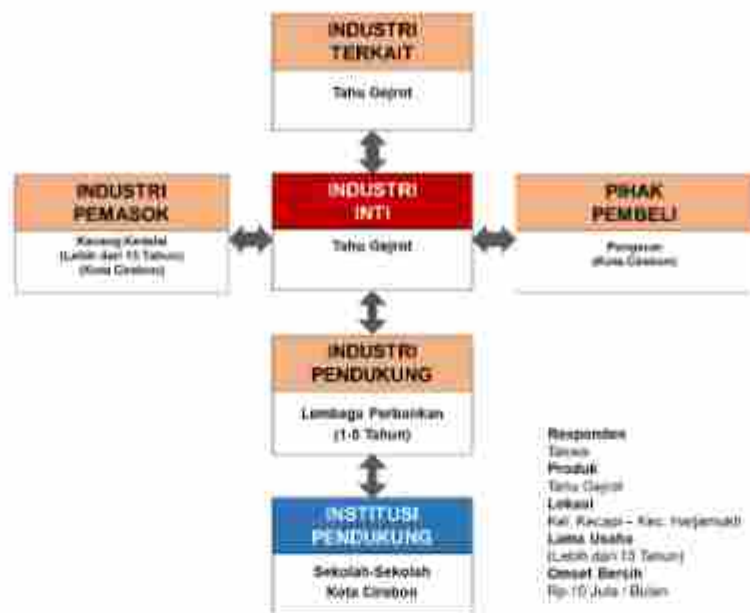
Gambar V.26. Industri Tempe di Kota Cirebon

Industri Tahu Gejrot

Meskipun tidak terlalu sulit ditemukan di pelosok kota, tetapi dalam melaksanakan industri berupa produksi tahu gejrot, tahu sebagai bentuk industri pemasok, di-supply dari daerah sekitar, terutama dari Kab. Cirebon. Industri tahu gejrot dan industri pemasok tahu ini telah berlangsung lebih dari 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli sebagian besar berasal dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan daerah sekitar, selain dibeli oleh beberapa pengecer di Kota Cirebon. Industri yang beromzet ± 10 juta per bulan ini didukung pula oleh lembaga perbankan tempat para pelaku usaha meminjam modal. Meskipun tidak terlalu banyak, tetapi industri serupa (industri tahu gejrot) menjadi industri terkait yang berperan sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada institusi pendukung yang membantu industri tahu gejrot tersebut, baik itu dari perguruan tinggi atau lembaga lainnya. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih sangat terbatas seperti terlihat pada Gambar V.27 serta aktivitas industri tahu gejrot pada Gambar V.28.

Industri Kue Basah

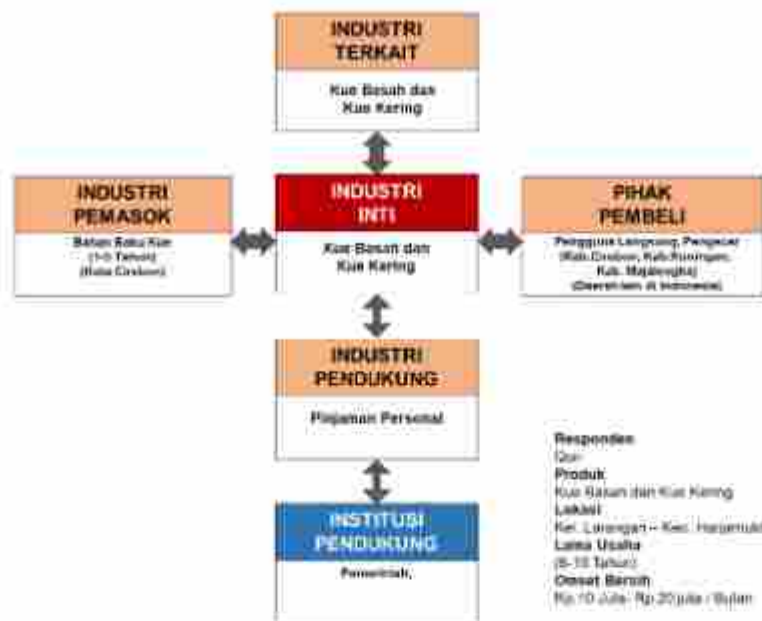
Dalam melaksanakan industri berupa produksi kue basah, bahan baku kue sebagai bentuk industri pemasok, masih bisa diperoleh di Kota Cirebon. Industri kue basah dan industri pemasok bahan baku kue ini telah berlangsung kurang lebih 5 (lima) tahun. Pihak pembeli sebagian besar berasal dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan daerah sekitar, selain dibeli oleh beberapa pengecer di Kota Cirebon dan Daerah sekitar. Industri yang beromzet $\pm 10-20$ Juta per bulan ini didukung pula oleh pinjaman personal tempat para pelaku usaha meminjam modal. Meskipun tidak terlalu banyak, tetapi industri serupa (industri kue basah) menjadi industri terkait yang berperan sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada institusi pendukung yang membantu industri kue basah tersebut, baik itu dari perguruan tinggi atau lembaga lainnya. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih sangat terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.29. serta aktivitas industri kue basah pada Gambar V.30.



Gambar V.27. Bentuk Klaster Industri Tahu Gejrot



Gambar V.28. Industri Tahu Gejrot di Kota Cirebon



Gambar V.29. Bentuk Klaster Industri Makanan Tradisional (Basah)



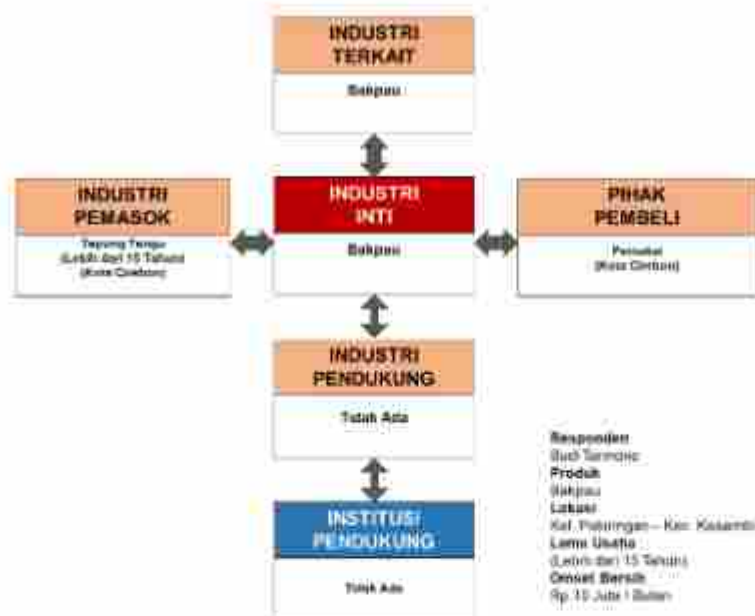
Gambar V.30. Industri Makanan Tradisional (Basah)

Industri Bakpau

Tidak terlalu sulit untuk menemukan makanan yang berasal dari Tiongkok ini. Dalam melaksanakan industri berupa produksi bakpau, tepung terigu sebagai bentuk industri pemasok diperoleh dengan mudah di Kota Cirebon. Industri bakpau dan industri pemasok berupa tepung terigu ini telah berlangsung lebih dari 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli sebagian besar berasal pemakai langsung dari Kota Cirebon.

Berdasarkan data dari sampel yang diambil, dari industri yang beromzet ± 10 juta per bulan ini tidak terdapat industri pendukung. Meskipun tidak terlalu banyak, tetapi industri serupa (industri bakpau) menjadi industri terkait yang berperan sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada institusi pendukung yang membantu

industri bakpau tersebut, baik itu dari perguruan tinggi atau lembaga lainnya. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih sangat terbatas seperti terlihat pada Gambar V.31. serta aktivitas industri bakpau pada Gambar V.32.



Gambar V.31. Bentuk Klaster Industri Bakpau.



Gambar V.32. Industri Bakpau.

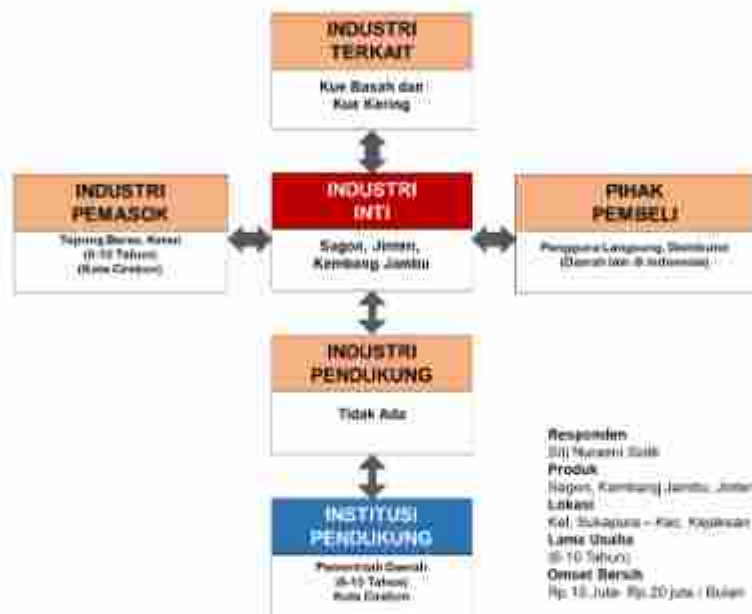
V.2.2. Klaster Industri Makanan Kering

Industri makanan kering adalah sektor usaha yang berfokus pada produksi dan distribusi makanan dengan kadar air rendah, sehingga memiliki daya tahan lebih lama dibandingkan makanan basah. Produk dalam industri ini mencakup berbagai jenis makanan seperti keripik, kue kering, abon, biskuit, dan makanan instan.

Industri Sagon, Jinten dan Kembang Jambu

Dalam melaksanakan industri makanan kering berupa sagon, jinten dan kembang jambu, bahan baku seperti tepung beras dan ketan sebagai bentuk industri pemasok, masih bisa diperoleh di Kota Cirebon. Industri sagon, jinten dan kembang jambu dan industri pemasok bahan baku tepung beras dan ketan ini telah berlangsung kurang lebih 10 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli sebagian besar berasal dari pemakai langsung dari kota

Cirebon dan daerah sekitar, selain dibeli oleh beberapa pengecer dan distributor di Kota Cirebon dan Daerah sekitar. Industri yang beromzet $\pm$ 10-20 Juta per bulan ini didukung pula oleh pinjaman personal tempat para pelaku usaha meminjam modal. Meskipun tidak terlalu banyak, tetapi industri serupa (industri kue basah) menjadi industri terkait yang berperan sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, telah ada institusi pendukung yang membantu industri kue basah tersebut, termasuk dari pemerintah kota. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut relatif lebih luas, seperti terlihat pada Gambar V.33. serta aktivitas industri sagon, jinten dan jembang tahu pada Gambar V.34.



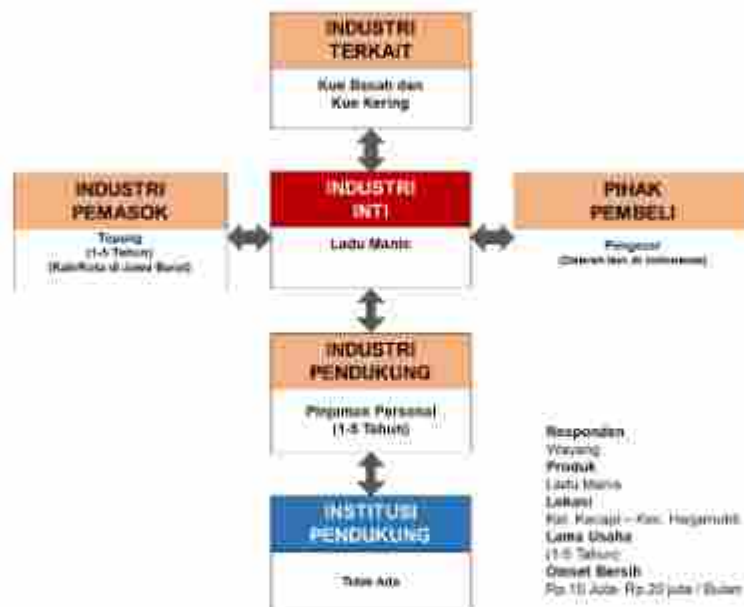
Gambar V.33. Bentuk Klaster Industri Sagon, Jinten dan Kembang Jambu



Gambar V.34. Industri Sagon, Jinten dan Kembang Jambu

Industri Ladu Manis

Dalam melaksanakan industri makanan kering berupa ladu manis, bahan baku seperti tepung beras sebagai bentuk industri pemasok, masih bisa diperoleh di Kota Cirebon. Industri ladu manis dan industri pemasok bahan baku tepung ini telah berlangsung kurang lebih 5 (lima) tahun. Pihak pembeli sebagian besar berasal dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan daerah sekitar, selain dibeli oleh beberapa pengecer di Kota Cirebon, bahkan telah dibeli pula dari Daerah sekitar dan Daerah lain di Indonesia. Industri yang beromzet $\pm$ 10-20 Juta per bulan ini didukung pula oleh pinjaman personal tempat para pelaku usaha meminjam modal. Meskipun tidak terlalu banyak, tetapi industri serupa (industri kue basah) menjadi industri terkait yang berperan sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada institusi pendukung yang membantu industri ladu manis tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut relatif lebih luas, seperti terlihat pada Gambar V.35. serta aktivitas industri ladu manis pada Gambar V.36.



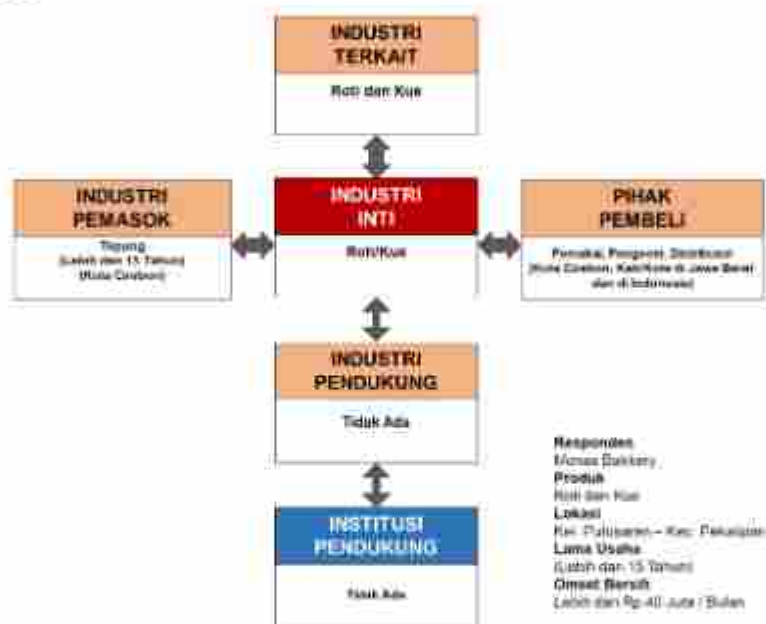
Gambar V.35. Bentuk Klaster Industri Ladu Manis



Gambar V.36.
Industri Ladu Manis

Industri Roti Monas (Monas Bakkery)

Dalam melaksanakan industri makanan kering berupa roti (monas bakkery), bahan baku seperti tepung beras sebagai bentuk industri pemasok, masih bisa diperoleh di Kota Cirebon. Industri roti dan industri pemasok bahan baku tepung ini telah berlangsung kurang lebih 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan daerah sekitar, dibeli pula oleh beberapa distributor di Kota Cirebon, Daerah sekitar dan Daerah lain di Jawa Barat bahkan di Indonesia. Industri yang beromzet $\pm$ 40 Juta per bulan ini berjalan secara mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri kue kering) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri pendukung dan institusi pendukung yang membantu industri roti tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut relatif lebih luas, seperti terlihat pada Gambar V.37. serta aktivitas industri roti Monas pada Gambar V.38.



Gambar V.37. Bentuk Klaster Industri Roti Monas

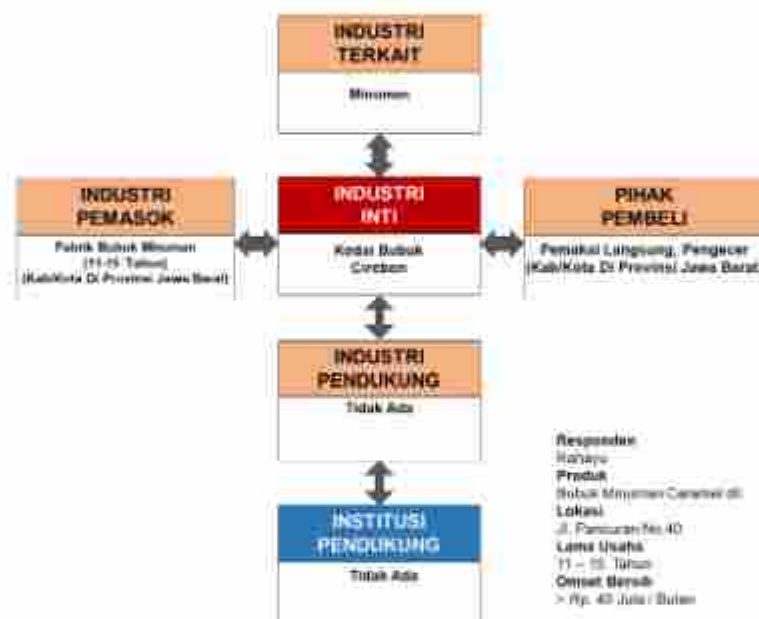


Gambar V.38. Industri Roti Monas

V.2.3. Klaster Industri Minuman

Kedai Bubuk

Dalam melaksanakan industri minuman berupa kedai bubuk, bahan baku berupa bubuk minuman sebagai bentuk industri pemasok, diperoleh dari Daerah di luar Kota Cirebon. Industri minuman dan industri pemasok bubuk minuman ini telah berlangsung kurang lebih 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan daerah sekitar, dibeli pula oleh beberapa pengecer di Kota Cirebon, Daerah sekitar dan Daerah lain di Jawa Barat. Industri yang beromzet $\pm$ 40 Juta per bulan ini berjalan secara mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri bubuk minuman) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri pendukung dan institusi pendukung yang membantu industri kedai bubuk minuman tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih sangat terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.39. serta aktivitas industri bubuk minuman pada Gambar V.40.



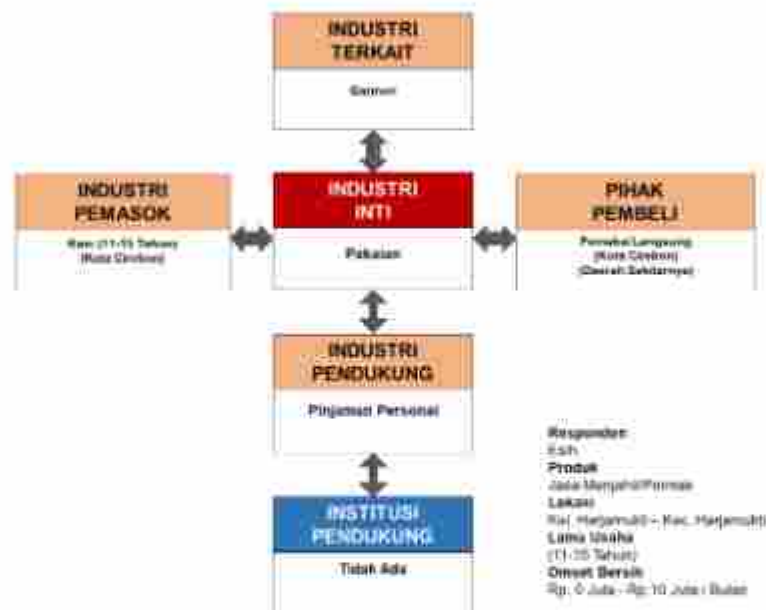
Gambar V.39. Bentuk Klaster Industri Bubuk Minuman



Gambar V.40. Industri Bubuk Minuman

V.2.4. Klaster Industri Pakaian

Dalam melaksanakan industri pakaian, terdapat industri pemasok berupa kain dan sejenisnya. Industri pemasok tersebut berasal dari daerah lain di Jawa Barat. Industri pakaian ini telah berlangsung lebih dari 15 (dua puluh lima) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon, juga pemakai langsung dari Daerah sekitar seperti: Kab. Cirebon, Kab. Kuningan, Kab. Majalengka, Kab. Indramayu dan Daerah lain di Jawa Barat. Industri yang beromzet $\pm$ 20 Juta per bulan ini bersifat mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri pakaian) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu industri pakaian tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.39. serta aktivitas industri pakaian pada Gambar V.40.



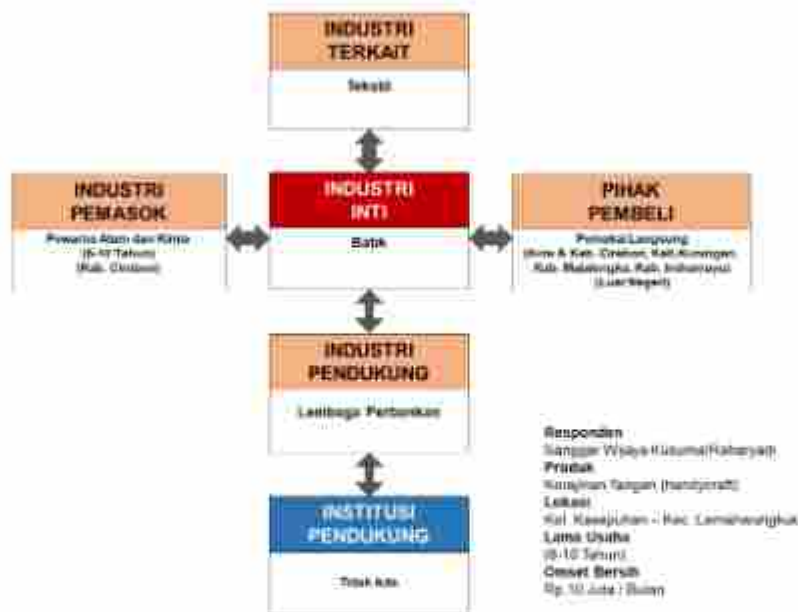
Gambar V.41. Bentuk Klaster Industri Pakaian



Gambar V.42. Industri Pakaian

V.2.5. Klaster Industri Batik

Dalam melaksanakan industri batik, terdapat industri pemasok berupa kain, alat-alat membatik dan sejenisnya. Industri pemasok tersebut berasal dari daerah sekitar seperti Kab.Cirebon. Industri batik ini telah berlangsung lebih dari 25 (dua puluhlima) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon, juga pemakai langsung dari Daerah sekitar seperti: Kab. Cirebon, Kab. Kuningan, Kab. Majalengka, Kab. Indramayu dan Daerah lain di Jawa Barat bahkan di Indonesia. Industri yang beromzet $\pm$ 20 Juta per bulan ini bersifat mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri tekstil) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu industri batik tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.43. serta aktivitas industri batik pada Gambar V.44.



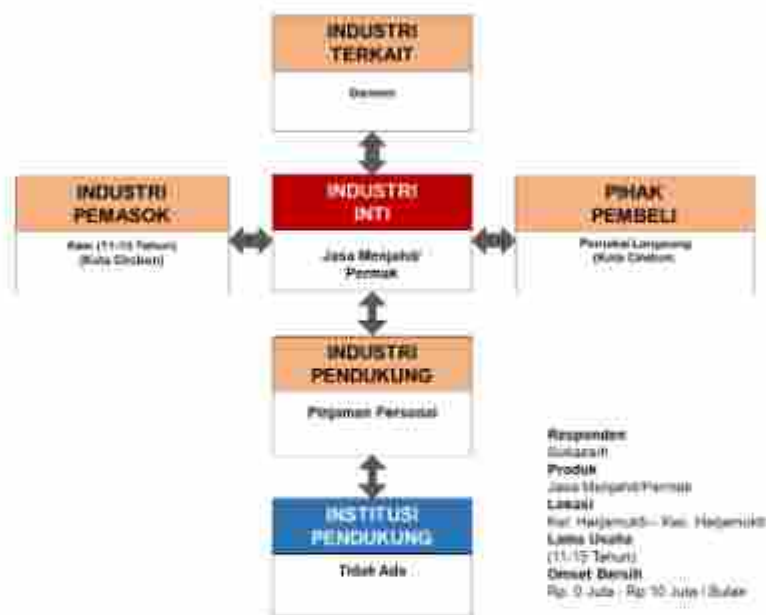
Gambar V.43. Bentuk Klaster Industri Batik



Gambar V.44. Industri Batik

V.2.6. Klaster Industri Jasa Menjahit

Dalam melaksanakan industri jasa menjahit, terdapat industri pemasok berupa mesin jahit, kain, dan sejenisnya. Industri pemasok tersebut berasal dari Daerah lain di Jawa Barat. Industri jasa menjahit ini telah berlangsung kurang lebih 5 (lima) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon, juga pemakai langsung dari Daerah sekitar seperti: Kab. Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 10 Juta per bulan ini bersifat mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri jasa menjahit) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu industri jasa menjahit tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.45. serta aktivitas industri batik pada Gambar V.46.



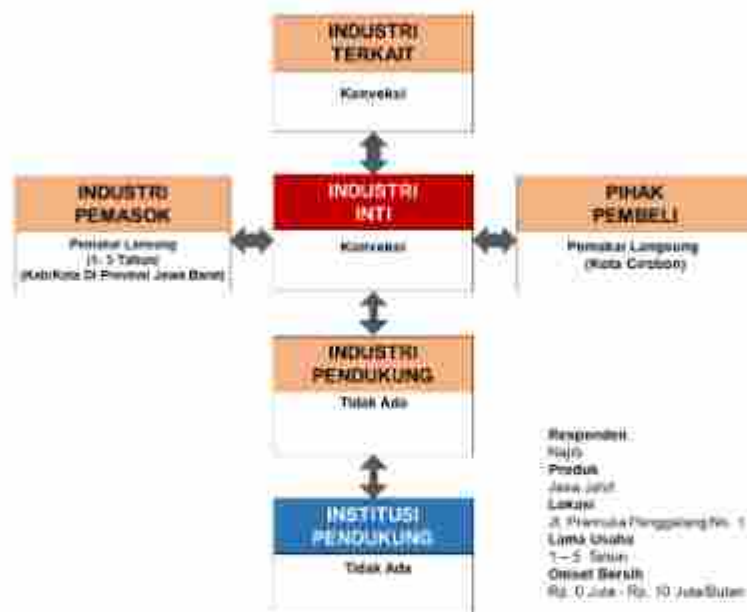
Gambar V.45. Bentuk Klaster Industri Jasa Menjahit



Gambar V.46. Industri Jasa Menjahit

V.2.7. Klaster Industri Koveksi

Dalam melaksanakan industri konveksi, terdapat industri pemasok berupa mesin jahit, kain, alat-alat produksi dan sejenisnya. Industri pemasok tersebut berasal dari Daerah lain di Jawa Barat. Industri konveksi ini telah berlangsung kurang lebih 10 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon, juga pemakai langsung dari Daerah sekitar seperti: Kab. Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 10 Juta per bulan ini bersifat mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri konveksi) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu industri jasa konveksi tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.47. serta aktivitas industri koveksi pada Gambar V.48.



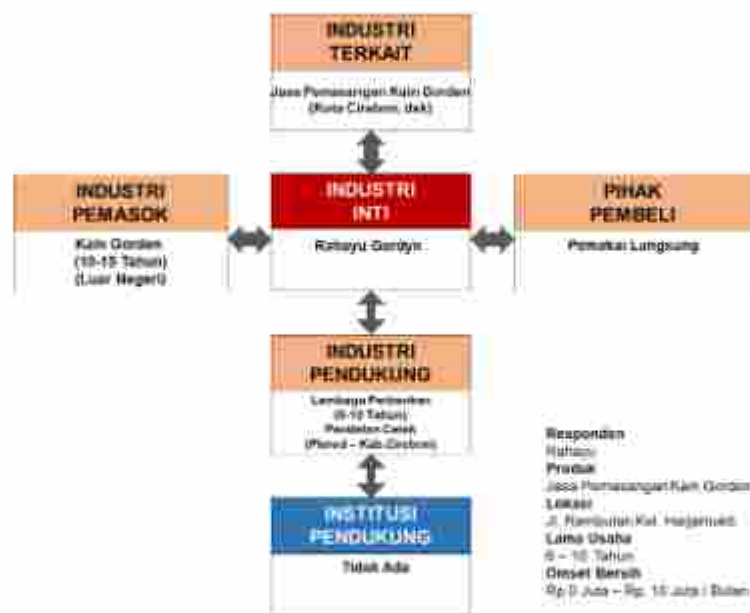
Gambar V.47. Bentuk Klaster Industri Konveksi



Gambar V.48. Industri Konveksi

V.2.8. Klaster Industri Pemasangan Gorden

Dalam melaksanakan industri pemasangan gorden, terdapat industri pemasok berupa kain gorden. Industri pemasok tersebut berasal dari Daerah lain di Jawa Barat. Industri pemasangan gorden ini telah berlangsung lebih dari 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon, juga pemakai langsung dari Daerah sekitar seperti: Kab. Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 10 Juta per bulan ini dibantu oleh industri pendukung berupa lembaga perbankan. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri pemasangan gorden) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada institusi pendukung yang membantu industri jasa pemasangan gorden tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas seperti terlihat pada Gambar V.49. serta aktivitas industri pemasangan gorden pada Gambar V.50.



Gambar V.49. Bentuk Klaster Industri Pemasangan Gorden

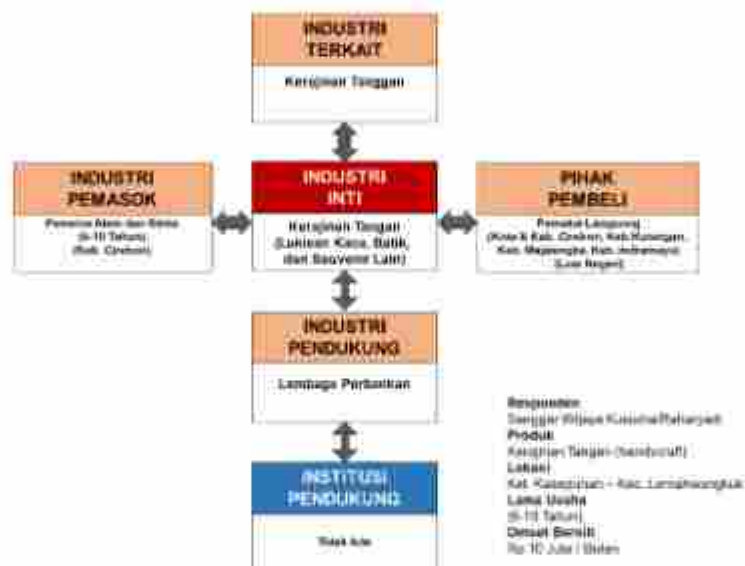


Gambar V.50. Industri Pemasangan Gorden

V.2.9. Klaster Industri Kerajinan Tangan (*handycraft*)

Lukisan Kaca, Cenderamata/Suvenir

Dalam melaksanakan industri inti cenderamata/suvenir, terdapat industri pemasok berupa kayu, cat pewarna, kain dan sejenisnya. Industri pemasok tersebut berasal dari daerah sekitar terutama dari Kab.Cirebon. Industri cenderamata/suvenir ini telah berlangsung lebih dari 10 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon, juga pemakai langsung dari Daerah sekitar seperti: Kab. Cirebon, Kab. Kuningan, Kab. Majalengka, Kab. Indramayu dan Daerah lain di Jawa Barat. Industri cenderamata ini pun ternyata telah diterima di luar negeri. Industri yang beromzet $\pm$ 10 Juta per bulan ini dibantu pula oleh industri pendukung lembaga perbankan dalam kebutuhan modal usaha. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri kerajinan tangan) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada institusi pendukung yang membantu industri cenderamata/suvenir tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas seperti terlihat pada Gambar V.51. serta aktivitas industri cenderamata pada Gambar V.52.



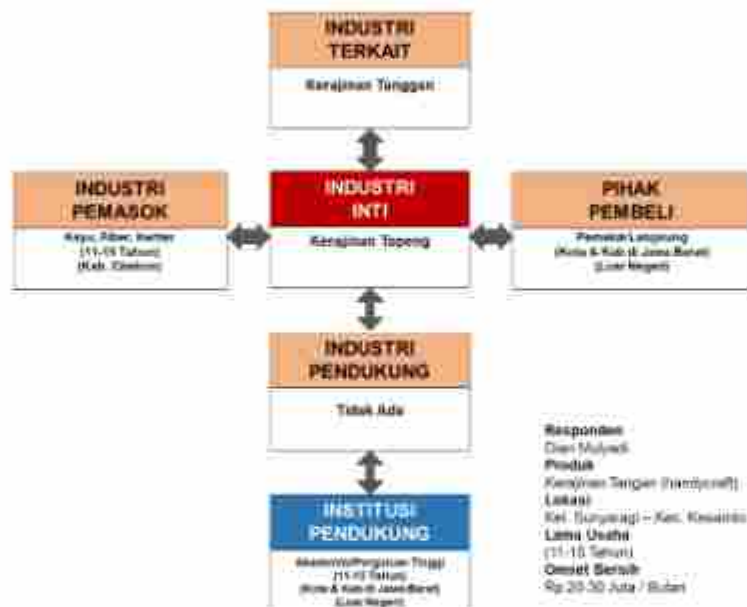
Gambar V.51. Bentuk Klaster Industri Cenderamata



Gambar V.52. Industri Cenderamata

Kerajinan Topeng

Dalam melaksanakan industri inti kerajinan topeng, terdapat industri pemasok berupa kayu, fiber, kertas, cat pewarna dan sejenisnya. Industri pemasok tersebut berasal dari daerah sekitar terutama dari Kab.Cirebon. Industri kerajinan topeng ini telah berlangsung lebih dari 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon, juga pemakai langsung dari Daerah sekitar seperti: Kab. Cirebon, Kab. Kuningan, Kab. Majalengka, Kab. Indramayu dan Daerah lain di Jawa Barat. Industri kerajinan topeng ini pun ternyata telah dibeli oleh beberapa pihak dari Daerah di Jawa Barat. Industri yang beromzet $\pm$ 10 Juta per bulan ini berjalan mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri kerajinan tangan) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu industri kerajinan topeng tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.53. serta aktivitas industri cenderamata pada Gambar V.54.



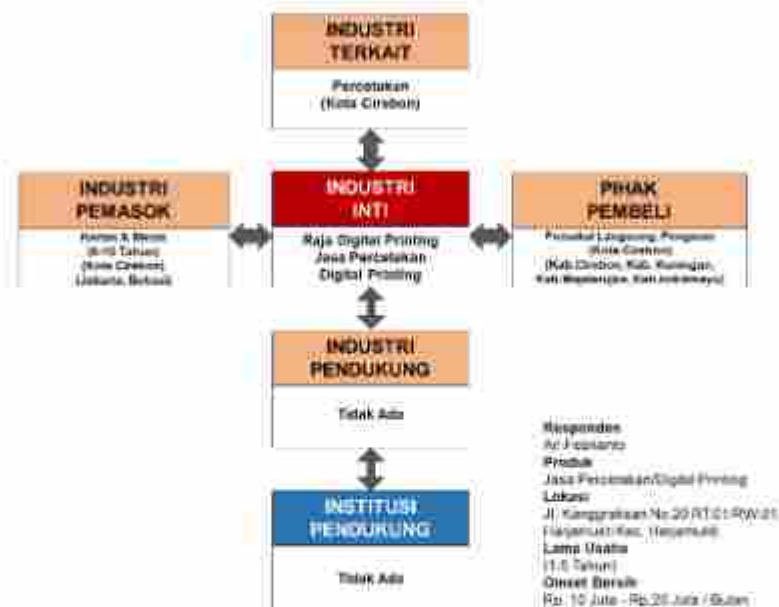
Gambar V.53. Bentuk Klaster Industri Cenderamata (Topeng)



Gambar V.54. Industri Cenderamata (Topeng)

V.2.10. Klaster Industri Percetakan

Dalam melaksanakan industri percetakan, terdapat industri pemasok berupa mesin cetak, kertas, teknologi, alat produksi, *software* desain dan sejenisnya. Industri pemasok tersebut berasal dari Daerah lain di Jawa Barat. Industri percetakan ini telah berlangsung lebih dari 25 (dua puluh lima) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon, juga pemakai langsung dari Daerah sekitar seperti: Kab. Cirebon, Kab. Majalengka, Kab. Indramayu, dan Kabupaten Kuningan. Industri yang beromzet $\pm$ 30 Juta per bulan ini bersifat mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri percetakan) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu industri sablon tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.55. serta aktivitas industri percetakan pada Gambar V.56.



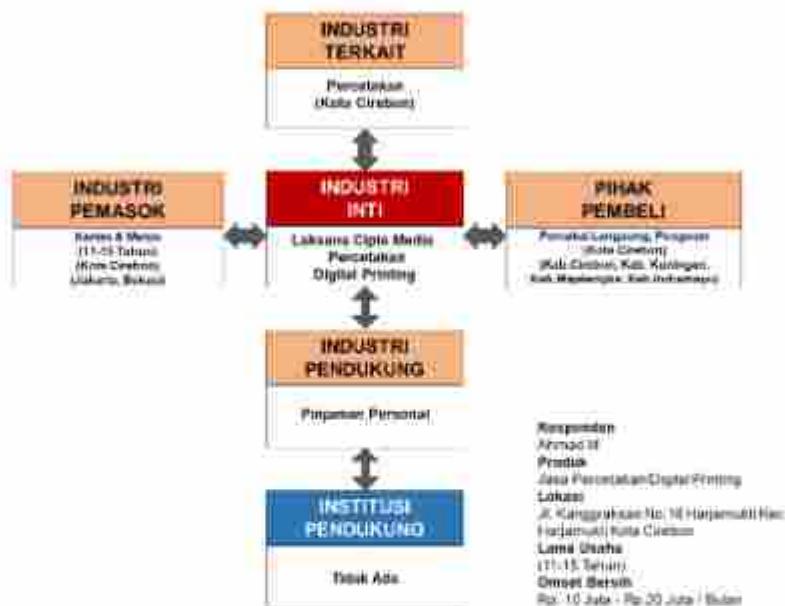
Gambar V.55. Bentuk Klaster Industri Jasa Percetakan



Gambar V.56. Industri Jasa Percetakan

V.2.11. Klaster Industri Sablon

Dalam melaksanakan industri sablon, terdapat industri pemasok berupa teknologi, alat produksi, *software* desain dan sejenisnya. Industri pemasok tersebut berasal dari Daerah lain di Jawa Barat. Industri sablon ini telah berlangsung kurang lebih 10 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon, juga pemakai langsung dari Daerah sekitar seperti: Kab. Cirebon, Kab. Majalengka, Kab. Indramayu, dan Kabupaten Kuningan. Industri yang beromzet $\pm$ 10 Juta per bulan ini bersifat mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri sablon) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu industri sablon tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.57. serta aktivitas industri sablon pada Gambar V.58.



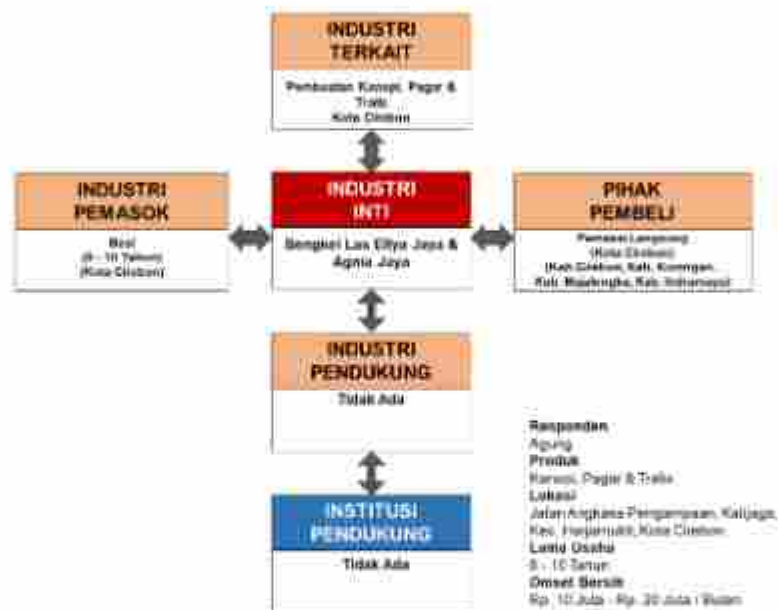
Gambar V.57. Bentuk Klaster Industri Jasa Sablon



Gambar V.58. Industri Jasa Sablon

V.2.12. Klaster Industri Pembuatan Pagar, Teralis dan Besi

Dalam melaksanakan industri pembuatan pagar, teralis dan besi, terdapat industri pemasok berupa material besi, logam dan sejenisnya. Industri pemasok tersebut berasal dari Daerah lain di Jawa Barat. Industri pembuatan pagar, teralis dan besi ini telah berlangsung kurang lebih 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan Daerah sekitar. Industri yang beromzet $\pm$ 30 Juta per bulan ini bersifat mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri pembuatan pagar, teralis dan besi) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu pembuatan pagar, teralis dan besi tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.59. serta aktivitas industri pembuatan pagar, teralis dan besi pada Gambar V.60.



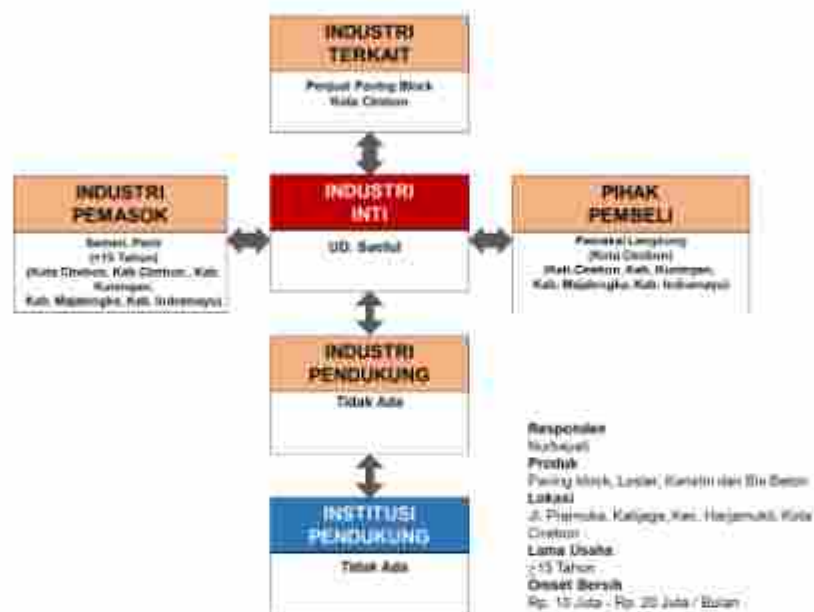
Gambar V.59. Bentuk Klaster Industri Pembuatan Pagar, Teralis dan Besi



Gambar V.60. Industri Pembuatan Pagar, Teralis dan Besi

V.2.13. Klaster Industri Beton Paving/Grass Blok

Dalam melaksanakan industri pembuatan paving blok, terdapat industri pemasok berupa semen dan pasir. Industri pemasok tersebut berasal dari Daerah luar Kota Cirebon seperti: Kab.Cirebon, Kab. Majalengka, dan Daerah lain di Jawa Barat. Industri pembuatan paving blok ini telah berlangsung kurang lebih 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan daerah sekitar. Industri yang beromzet $\pm$ 10 Juta per bulan ini bersifat mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri paving blok) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu industri paving blok tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih sudah cukup luas, seperti terlihat pada Gambar V.61. serta aktivitas industri pembuatan paving/grass blok pada Gambar V.62.



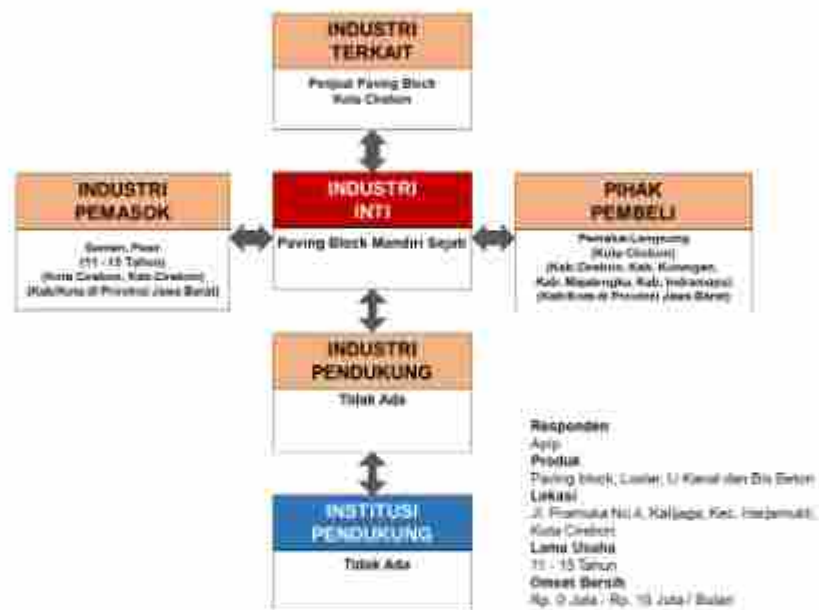
Gambar V.61. Bentuk Klaster Industri Pembuatan Paving/Grass Blok



Gambar V.62. Industri Pembuatan Paving/Grass Blok

Rooster/Buis beton

Dalam melaksanakan industri pembuatan rooster/buis beton, terdapat industri pemasok berupa semen dan pasir. Industri pemasok tersebut berasal dari Daerah luar Kota Cirebon seperti: Kab.Cirebon, Kab. Majalengka, dan Daerah lain di Jawa Barat. Industri pembuatan paving blok ini telah berlangsung kurang lebih 15 (lima belas) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan daerah sekitar. Industri yang beromzet ± 10 Juta per bulan ini bersifat mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri rooster/buis beton) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung yang membantu industri paving blok tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih sudah cukup luas, seperti terlihat pada Gambar V.63. serta aktivitas industri pembuatan rooster/buis beton pada Gambar V.64.



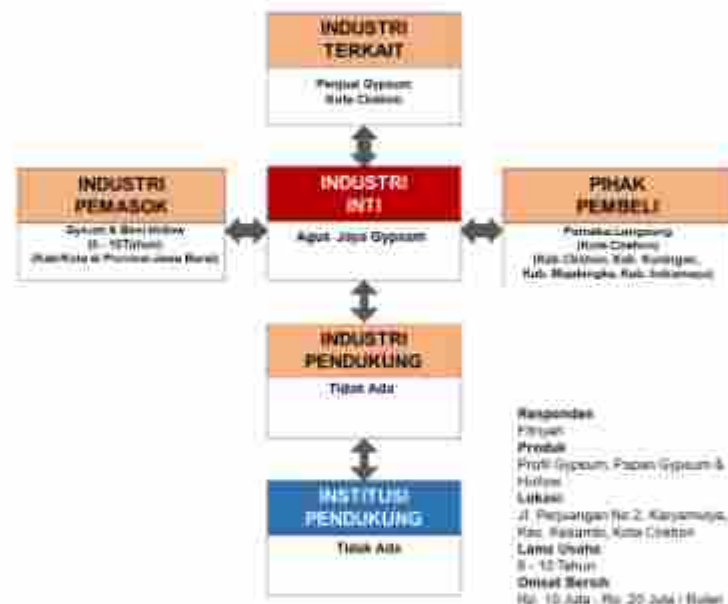
Gambar V.63. Bentuk Klaster Industri Pembuatan Rooster/Buis Beton



Gambar V.64. Industri Pembuatan Rooster/Buis Beton

V.2.14. Klaster Industri Pemasangan Gypsum

Dalam melaksanakan industri pembuatan dan pemasangan gypsum, terdapat industri pemasok berupa cetakan dan rofing gypsum, serat *fiberglass* yang digunakan dalam pembuatan cetakan gypsum, seperti lis plafon atau profil dekoratif. Industri pemasok tersebut berasal dari Daerah luar Kota Cirebon seperti: Kab.Cirebon, Kab. Majalengka, dan Daerah lain di Jawa Barat. Industri pembuatan dan pemasangan gypsum ini telah berlangsung kurang lebih 10 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon dan daerah sekitar, dibeli pula oleh beberapa pengecer dan distributor di Kota Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 20 Juta per bulan ini dibantu oleh industri pendukung berupa lembaga perbankan. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri gypsum) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada institusi pendukung yang membantu industri pembuatan dan pemasangan gypsum tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut masih sudah cukup luas, seperti terlihat pada Gambar V.65. serta aktivitas industri pemasangan gypsum pada Gambar V.66.



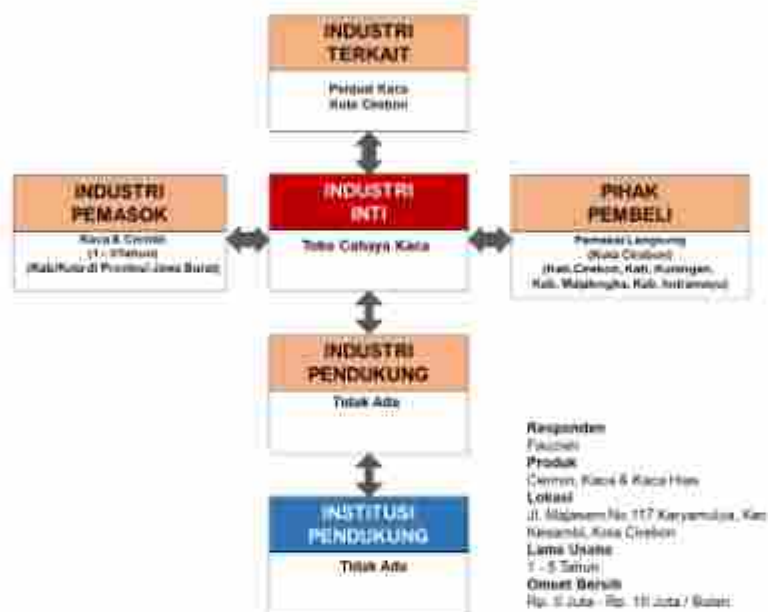
Gambar V.65. Bentuk Klaster Industri Pemasangan Gypsum



Gambar V.66. Industri Pemasangan Gypsum

V.2.15. Klaster Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca

Dalam melaksanakan industri pemasangan/pengolahan kaca, bahan baku seperti kaca biasa dan kaca cermin sebagai bentuk industri pemasok, diperoleh dari Daerah lain di Provinsi Jawa Barat. Industri inti pemasangan/pengolahan kaca dan industri pemasok kaca biasa dan kaca cermin ini telah berlangsung kurang lebih 5 (lima) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon juga dari Daerah sekitar seperti Kab. Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 10 Juta per bulan ini berjalan secara mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri kaca) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri pendukung dan institusi pendukung yang membantu industri pemasangan/pengolahan kaca tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut relatif terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.67. serta aktivitas industri pemasangan/pengolahan kaca pada Gambar V.68



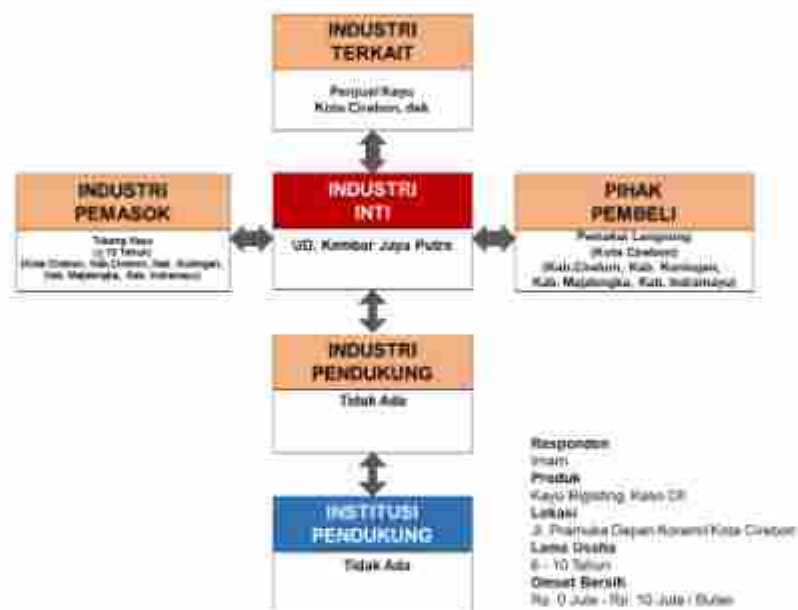
Gambar V.67. Bentuk Klaster Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca



Gambar V.68. Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca

V.2.16. Klaster Industri Perkayuan

Dalam melaksanakan industri perkayuan (pembuatan kusen), bahan baku seperti kayu sebagai bentuk industri pemasok, diperoleh dari Daerah lain di Provinsi Jawa Barat bahkan dari Daerah lain di luar Pulau Jawa. Industri inti pembuatan kusen dan industri pemasok kayu ini telah berlangsung kurang lebih 10 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon juga dari Daerah sekitar seperti Kab. Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 20 Juta per bulan ini berjalan secara mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri perkayuan) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri pendukung dan institusi pendukung yang membantu industri perkayuan tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut relatif terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.69. serta aktivitas industri perkayuan pada Gambar V.70.



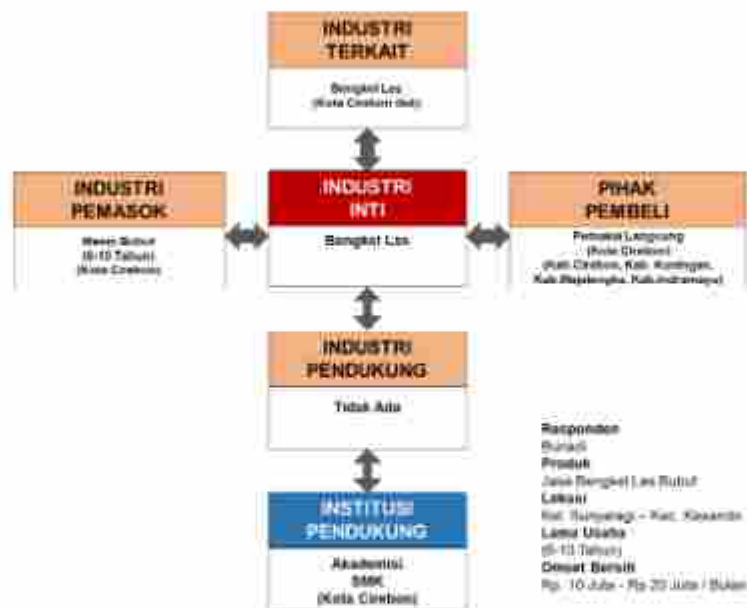
Gambar V.69. Bentuk Klaster Industri Perkayuan



Gambar V.70. Industri Perkayuan

V.2.17. Klaster Industri Jasa Pengelasan

Dalam melaksanakan industri jasa pengelasan, bahan baku seperti mesin bubut sebagai bentuk industri pemasok, diperoleh dari Daerah lain di Provinsi Jawa Barat. Industri inti jasa pengelasan ini telah berlangsung kurang lebih 10 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon juga dari Daerah sekitar seperti Kab. Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 20 Juta per bulan ini berjalan dengan dukungan beberapa sekolah menengah kejuruan yang berada di Cirebon. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (bengkel las) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri pendukung membantu industri jasa pengelasan tersebut. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut relatif terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.71. serta aktivitas industri jasa pengelasan pada Gambar V.72.



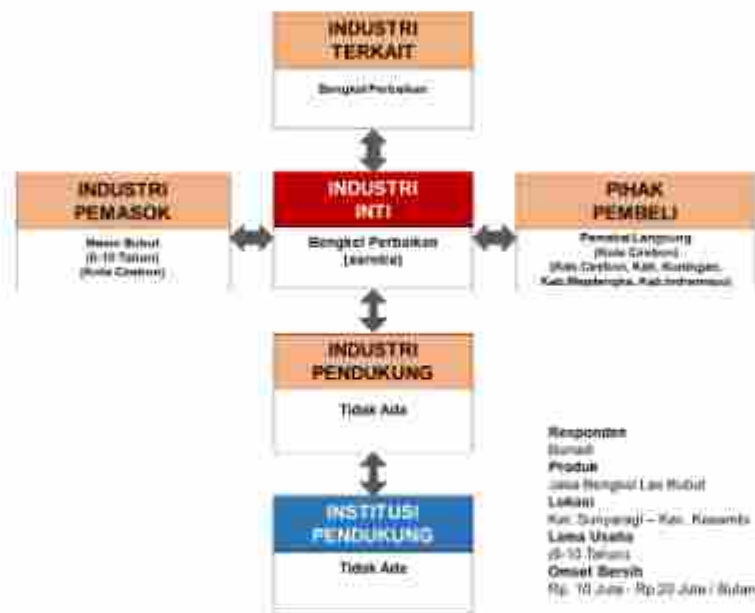
Gambar V.71. Bentuk Klaster Industri Jasa Pengelasan



Gambar V.72. Industri Jasa Pengelasan

V.2.18. Klaster Industri Jasa Perbaikan (*service*)

Dalam melaksanakan industri jasa perbaikan (*service*) bahan baku seperti alat-alat/mesin sebagai bentuk industri pemasok, diperoleh dari Daerah lain di Provinsi Jawa Barat. Industri jasa perbaikan ini telah berlangsung kurang lebih 10 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon juga dari Daerah sekitar seperti Kab. Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 20 Juta per bulan ini berjalan dengan dukungan beberapa sekolah menengah kejuruan yang berada di Cirebon. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (bengkel perbaikan/service) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut relatif terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.73. serta aktivitas industri jasa perbaikan (*service*) pada Gambar V.74.



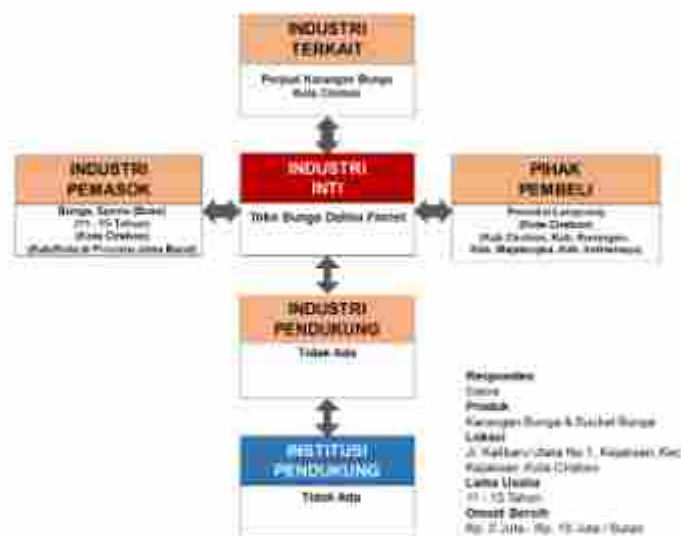
Gambar V.73. Bentuk Klaster Industri Jasa Perbaikan (*service*)



Gambar V.74. Industri Jasa Perbaikan (*service*)

V.2.19. Klaster Industri Karangan Bunga

Dalam melaksanakan industri karangan bunga bahan baku seperti bunga alami sebagai bentuk industri pemasok, diperoleh dari Daerah lain di Provinsi Jawa Barat. Industri karangan bunga ini telah berlangsung lebih 25 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon juga dari Daerah sekitar seperti Kab. Cirebon. Industri yang beromzet $\pm$ 20 Juta per bulan ini berjalan secara mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri karangan bunga) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut relatif terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.75. serta aktivitas industri karangan bunga pada Gambar V.76.



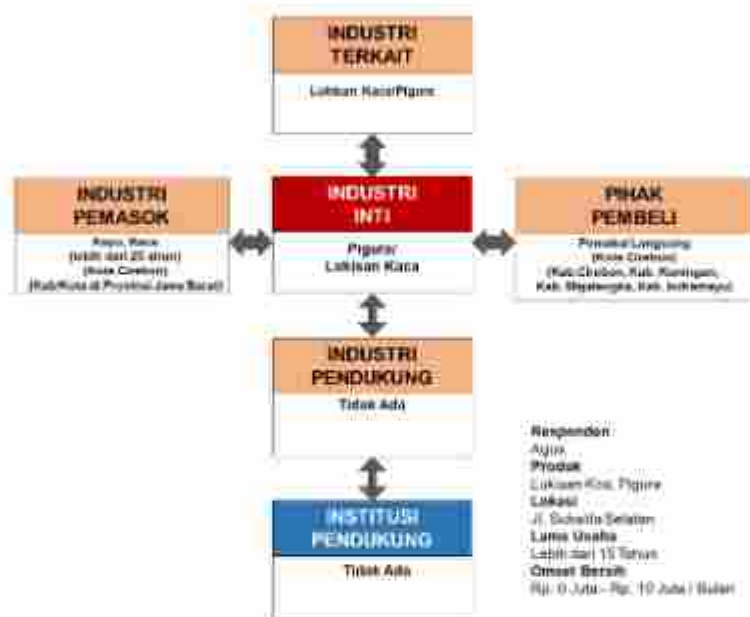
Gambar V.75. Bentuk Klaster Industri Karangan Bunga



Gambar V.76. Industri Karangan Bunga

V.2.20. Klaster Industri Pigura/Lukisan Kaca

Dalam melaksanakan industri pigura/lukisan kaca, bahan baku seperti kayu pigura, lukisan sebagai bentuk industri pemasok, diperoleh dari Daerah lain di Provinsi Jawa Barat. Industri pigura/lukisan kaca ini telah berlangsung lebih 25 (sepuluh) tahun. Pihak pembeli, selain dari pemakai langsung dari kota Cirebon juga dari Daerah sekitar seperti Kab. Cirebon, Kab. Majalengka, Kab. Indramayu, Kab. Kuningan. Industri yang beromzet $\pm$ 20 Juta per bulan ini berjalan secara mandiri. Perkembangan sekarang banyak industri serupa (industri pigura/lukisan kaca) menjadi industri terkait sebagai kompetitor. Berdasarkan sampel yang diambil, belum ada industri dan institusi pendukung. Interaksi yang terbentuk dari beberapa industri tersebut relatif terbatas, seperti terlihat pada Gambar V.75. serta aktivitas industri lukisan, pigura kayu pada Gambar V.76.



Gambar V.77. Bentuk Klaster Industri Lukisan/Pigura Kayu



Gambar V.78. Industri Lukisan/Pigura Kayu

V.3. Analisis SWOT Klaster Industri Kota Cirebon

Pada tahap berikutnya sesuai dengan uraian pada sub-bab V.2 dilakukan penilaian menggunakan analisis SWOT. Scoring dalam analisis SWOT dilakukan dengan memberikan bobot dan skor pada setiap faktor yang telah diidentifikasi dalam kategori kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

V.3.1. Klaster Industri Makanan Basah

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri makanan basah didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: sensasi rasa dan tekstur segar, tingkat penggantian tinggi dan ragam produk luas. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: sangat mudah rusak, rentan kontaminasi & penyakit dan membutuhkan standar keamanan pangan ketat.

Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: kesadaran kesehatan dan alami, platform *e-commerce* & pengiriman makanan dan kerjasama dengan sektor *foodservice*. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: regulasi keamanan pangan yang semakin ketat, persaingan ketat produsen dan kenaikan biaya operasional. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.1. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.2 berikut:

Tabel V.1. Analisis SWOT Industri Makanan Basah

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Sensasi Rasa dan Tekstur Segar: Memberikan pengalaman makan yang lebih segar dan autentik dibandingkan makanan kering atau olahan jangka panjang.	1 Sangat Mudah Rusak (<i>Highly Perishable</i>): Memiliki umur simpan yang sangat pendek, membutuhkan peranganan dan penyimpanan yang sangat hati-hati.	1 Kesadaran Kesehatan & Alami: Konsumen mencari makanan yang segar, alami, minim proses, dan tanpa bahan pengawet berlebihan.	1 Regulasi Keamanan Pangan Makin Ketat: Pemerintah terus memperkuat pengawasan dan standar keamanan pangan.
2 Tingkat Penggantian Tinggi: Produk biasanya cepat habis dikonsumsi, mendorong pembelian berulang yang sering.	2 Rentan Kontaminasi & Penyakit: Risiko tinggi kontaminasi bakteri dan penyakit bawaan makanan jika standar kebersihan dan keamanan pangan tidak terpenuhi.	2 Platform E-commerce & Pengiriman Makanan: Membuka saluran penjualan baru, meskipun tantangan pengiriman <i>last-mile</i> yang dingin tetap ada.	2 Persaingan Ketat: Baik dari produsen lain di industri yang sama maupun dari kategori makanan lain (kering, frozen food, fast food).
3 Ragam Produk Luas: Dapat mencakup berbagai kategori mulai dari lauk-pauk, camilan, produk susu, hingga makanan siap saji, melayani selera dan kebutuhan beragam.	3 Membutuhkan Standar Keamanan Pangan Ketat: Industri ini harus mematuhi regulasi dan sertifikasi keamanan pangan (misalnya BPOM, Halal) yang kompleks.	3 Kerja Sama dengan Sektor Foodservice: Memasok produk makanan basah ke restoran, kafe, katering, hotel, atau rumah sakit.	3 Kenaikan Biaya Operasional: Terutama biaya listrik untuk pendinginan dan biaya transportasi.

Tabel V.2. Pembobotan dan Skor Industri Makanan Basah

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B × R)	Keterangan
STRENGTHS					<i>(Rating: 1 = lemah, 4 = sangat kuat)</i>
S1	Sensasi Rasa dan Tekstur Segar	0.15	4	0.60	Nilai jual utama dibanding produk kering
S2	Tingkat Penggantian Tinggi	0.10	3	0.30	Mendorong pembelian berulang
S3	Ragam Produk Luas	0.10	3	0.30	Menjangkau banyak segmen
Subtotal Strengths		0.35		1.20	
WEAKNESSES					<i>(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)</i>
W1	Sangat Mudah Rusak	0.15	1	0.15	Butuh pendinginan & distribusi cepat
W2	Rentan Kontaminasi & Penyakit	0.10	2	0.20	Tuntutan sanitasi tinggi
W3	Butuh Standar Keamanan Ketat	0.10	2	0.20	Banyak sertifikasi & regulasi
Subtotal Weaknesses		0.35		0.55	
OPPORTUNITIES					<i>(Rating: 1 = peluang kecil, 4 = peluang besar)</i>
O1	Kesadaran Kesehatan & Alami	0.15	4	0.60	Tren konsumen yang mendukung
O2	E-commerce & Pengiriman	0.10	3	0.30	Membuka saluran baru
O3	Kerja Sama dengan Foodservice	0.10	3	0.30	B2B dapat meningkatkan volume
Subtotal Opportunities		0.35		1.20	
THREATS					<i>(Rating: 1 = ancaman tinggi, 4 = ancaman rendah)</i>

T1	Regulasi Keamanan Makin Ketat	0.10	2	0.20	Harus comply dengan aturan
T2	Persaingan Ketat	0.10	2	0.20	Banyak pemain sejenis
T3	Kenaikan Biaya Operasional	0.10	2	0.20	Beban pendinginan & logistik
Subtotal Threats		0.30		0.60	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,2; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,55; untuk peluang (*opportunities*) 1,2 dan ancaman (*threats*) 0,60. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,40 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,15, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +1,25. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri tersebut memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal untuk pengembangannya.

V.3.2. Klaster Industri Makanan Kering

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri makanan kering didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: daya tahan produk, harga terjangkau dan popularitas yang cukup tinggi. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: kurangnya inovasi, ketergantungan pada bahan baku tertentu, pemasaran terbatas.

Tabel V.3. Analisis SWOT Industri Makanan Kering

STRENGTHS (Kekuatan)		WEAKNESS (Kelemahan)		OPPORTUNITIES (Peluang)		THREATS (Ancaman)	
1	Daya Tahan Produk Memiliki umur simpan cukup lama	1	Kurangnya Inovasi metode produksi tradisional, varian rasa atau bentuk terbatas	1	Ekspansi pasar internasional Berpotensi untuk diekspor	1	Persaingan ketat Banyaknya produsen kerupuk, baik skala kecil/besar, membuat persaingan semakin tinggi
2	Harga Terjangkau Harga relatif murah, terjangkau masyarakat luas	2	Ketergantungan pada bahan baku tertentu Fluktuasi harga bahan baku seperti tepung dan ikan	2	Pemanfaatan teknologi Digitalisasi dan e-commerce dapat menjangkau pasar yang lebih luas	2	Perubahan regulasi Kebijakan pemerintah terkait bahan tambahan makanan atau standar produksi dapat mempengaruhi industri
3	Popularitas Tinggi Pelengkap makanan utama.	3	Pemasaran Terbatas Masih mengandalkan pemasaran <i>offline</i>	3	Tren makanan sehat Inovasi dalam pembuatan kerupuk dengan bahan yang lebih sehat	3	Perubahan pola konsumsi Masyarakat sadar kesehatan mungkin mengurangi konsumsi makanan ringan yang digoreng

Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: ekspansi pasar internasional, pemanfaatan teknologi dan tren makanan sehat. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan ketat, perubahan regulasi dan perubahan pola konsumsi. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.3. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.4 berikut:

Tabel V.4. Pembobotan dan Skor Industri Makanan Kering

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = lemah, 4 = sangat kuat)
S1	Daya Tahan Produk	0.10	4	0.40	Umur simpan cukup lama, cocok untuk distribusi luas
S2	Harga Terjangkau	0.12	4	0.48	Produk mudah diakses oleh semua segmen masyarakat
S3	Popularitas Tinggi	0.08	3	0.24	Umum dikonsumsi sebagai pelengkap makanan utama
Subtotal Strengths		0.30		1.12	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat lemah/buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Kurangnya Inovasi	0.10	2	0.20	Varian produk terbatas, sulit bersaing dengan tren baru
W2	Ketergantungan Bahan Baku	0.10	2	0.20	Rentan terhadap fluktuasi harga bahan (ikan, tepung)
W3	Pemasaran Terbatas	0.10	2	0.20	Masih mengandalkan penjualan tradisional/offline
Subtotal Weaknesses		0.30		0.60	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = peluang kecil, 4 = sangat besar)
O1	Ekspansi Pasar Internasional	0.10	3	0.30	Potensi ekspor tinggi untuk

					makanan ringan lokal
O2	Pemanfaatan Teknologi	0.10	4	0.40	E-commerce memperluas pasar & promosi
O3	Tren Makanan Sehat	0.10	3	0.30	Bisa inovasi kerupuk sehat (panggang, rendah minyak)
Subtotal Opportunities		0.30		1.00	
THREATS					(Rating: 1 = ancaman besar, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Persaingan Ketat	0.10	2	0.20	Banyak pemain baru dan lokal
T2	Perubahan Regulasi	0.10	2	0.20	Regulasi bahan tambahan dan standar bisa ketat
T3	Perubahan Pola Konsumsi	0.10	2	0.20	Konsumen mulai menghindari makanan gorengan
Subtotal Threats		0.30		0.60	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,12; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,60; untuk peluang (*opportunities*) 1,00 dan ancaman (*threats*) 0,60. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,14 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,28, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +0,92. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya

V.3.3. Klaster Industri Minuman

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri minuman didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: memenuhi kebutuhan dasar & keinginan, potensi loyalitas merk cukup kuat, inovasi produk. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: persaingan sangat ketat, ketergantungan harga bahan baku dan kontrol kualitas ketat. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: tren keberlanjutan, potensi ekspor dan kemitraan dengan sektor *foodservice & hospitality*. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: perubahan cepat preferensi konsumen, gangguan rantai pasok dan pemalsuan merek. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.5. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.6 berikut:

Tabel V.5. Analisis SWOT Industri Minuman

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Memenuhi Kebutuhan Dasar & Keinginan: Minuman memenuhi kebutuhan hidrasi fisiologis dan juga keinginan terkait rasa, kesegaran, atau fungsi tertentu.	1 Persaingan Sangat Ketat: Industri ini sangat jenuh dengan banyaknya pemain di setiap segmen pasar.	1 Tren Keberlanjutan: Permintaan konsumen dan regulasi mendorong penggunaan kemasan ramah lingkungan, daur ulang, atau sistem isi ulang.	1 Perubahan Cepat Preferensi Konsumen: Tren kesehatan atau selera yang berubah dapat dengan cepat mempengaruhi permintaan produk.
2 Potensi Loyalitas Merek Kuat: Konsumen seringkali mengembangkan loyalitas yang kuat terhadap merek minuman tertentu berdasarkan rasa, kualitas, atau citra.	2 Ketergantungan Harga Bahan Baku: Harga gula, buah, bahan kemasan (plastik, aluminium), dan bahan baku lainnya bisa sangat fluktuatif.	2 Potensi Ekspor: Mengekspor produk minuman spesifik (misalnya jus tropis, kopi siap minum) ke pasar internasional.	2 Gangguan Rantai Pasok: Terutama untuk bahan baku impor, bahan kemasan, atau dalam proses distribusi.
3 Inovasi Produk: Terus berinovasi dalam rasa baru, formulasi fungsional (vitamin, serat), atau jenis minuman baru.	3 Kontrol Kualitas Ketat: Menjaga konsistensi rasa, keamanan pangan, dan umur simpan produk sangat krusial.	3 Kemitraan dengan Sektor Foodservice & Hospitality: Permintaan dari restoran, kafe, hotel, dan layanan katering.	3 Pemalsuan: Merek minuman populer rentan dipalsukan, merugikan produsen dan membahayakan konsumen.

Tabel V.6. Pembobotan dan Skor Industri Minuman

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Memenuhi Kebutuhan Dasar & Keinginan	0.10	4	0.40	Nilai fungsional & emosional tinggi, relevan untuk pasar luas
S2	Potensi Loyalitas Merek Kuat	0.08	4	0.32	Konsumen cenderung membeli ulang dan membentuk kebiasaan
S3	Inovasi Produk	0.07	3	0.21	Kunci untuk memenangkan selera pasar yang berubah
Subtotal Strengths		0.25		0.93	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)

W1	Persaingan Sangat Ketat	0.10	2	0.20	Margin bisa turun karena banyaknya pemain
W2	Ketergantungan Harga Bahan Baku	0.08	2	0.16	Biaya produksi tidak stabil
W3	Kontrol Kualitas Ketat	0.07	3	0.21	Jika gagal, bisa merusak reputasi
Subtotal Weaknesses		0.25		0.57	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Tren Keberlanjutan	0.10	4	0.40	Daya tarik besar, mendukung merek jangka panjang
O2	Potensi Ekspor	0.08	3	0.24	Peluang besar di negara tropis, diaspora
O3	Kemitraan Foodservice & Hospitality	0.07	3	0.21	Kanal B2B dengan volume tinggi
Subtotal Opportunities		0.25		0.85	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Perubahan Preferensi Konsumen	0.10	2	0.20	Tren sehat bisa menggeser minuman bergula
T2	Gangguan Rantai Pasok	0.08	2	0.16	Impor bahan dapat terganggu oleh geopolitik/logistik
T3	Pemalsuan Produk	0.07	2	0.14	Merusak kepercayaan terhadap merek utama
Subtotal Threats		0.25		0.50	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 0,93; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,57; untuk peluang (*opportunities*) 0,85 dan ancaman (*threaths*) 0,50. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 1,78 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,07, sehingga dihasilkan *net*

score sebesar +0,71. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.4. Klaster Industri Pakaian

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri pakaian didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: kebutuhan dasar manusia, potensi *branding* tinggi dan ragam produk luas. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: sangat dipengaruhi tren, pasar sangat kompetitif dan rentan pemalsuan dan peniruan. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: pertumbuhan e-commerce, inovasi teknologi dan peningkatan pendapatan di pasar berkembang. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: perlambatan ekonomi, persaingan global yang ketat dan gangguan rantai pasok. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.7. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.8 berikut:

Tabel V.7. Analisis SWOT Industri Pakaian

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Kebutuhan Dasar Manusia: Pakaian merupakan kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan.	1 Sangat Dipengaruhi Tren: Bergantung pada tren mode yang cepat berubah, menciptakan risiko inventaris dan siklus hidup produk pendek.	1 Pertumbuhan E-commerce: Platform online membuka akses pasar global, model D2C (Direct-to-Consumer), dan personalisasi.	1 Perlambatan Ekonomi: Menurunkan daya beli konsumen, terutama untuk pakaian yang bukan kebutuhan mendasar.
2 Potensi Branding Tinggi: Mampu membangun merek yang kuat dengan loyalitas pelanggan yang tinggi berdasarkan desain, kualitas, atau nilai.	2 Pasar Sangat Kompetitif: Persaingan ketat dari berbagai merek, produsen, dan pengecer (terutama fast fashion).	2 Inovasi Teknologi: Kemajuan dalam tekstil (bio-based, daur ulang), manufaktur (otomasi), dan data analytics untuk prediksi tren.	2 Persaingan Global yang Ketat: Merek internasional dan produsen berbiaya rendah memberikan tekanan harga dan pangsa pasar.
3 Ragam Produk Luas: Mencakup berbagai segmen (pakaian kasual, formal, olahraga, anak-anak, dll.) dan gaya.	3 Rentan Pemalsuan & Peniruan: Desain populer mudah ditiru, merugikan merek asli.	3 Peningkatan Pendapatan di Pasar Berkembang: Pertumbuhan ekonomi di negara berkembang meningkatkan daya beli konsumen untuk pakaian.	3 Gangguan Rantai Pasok: Bencana alam, pandemi, atau krisis logistik dapat menghentikan produksi atau distribusi.

Tabel V.8. Pembobotan dan Skor Industri Pakaian

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Kebutuhan Dasar Manusia	0.10	5	0.50	Pakaian merupakan kebutuhan pokok.

					yang selalu dibutuhkan
S2	Potensi Branding Tinggi	0.09	4	0.36	Mampu membangun merek yang kuat dengan loyalitas pelanggan tinggi
S3	Ragam Produk Luas	0.08	4	0.32	Mencakup berbagai segmen dan gaya
Subtotal Strength		0.27		1.18	
WEAKNESSES					<i>(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)</i>
W1	Sangat Dipengaruhi Tren	0.09	2	0.18	Bergantung pada tren mode yang cepat berubah
W2	Pasar Sangat Kompetitif	0.08	3	0.24	Persaingan ketat dari berbagai merek dan produsen
W3	Rentan Pemalsuan & Peniruan	0.06	2	0.12	Desain mudah ditiru, merugikan merek asli
Subtotal Weakness		0.23		0.54	
OPPORTUNITIES					<i>(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)</i>
O1	Pertumbuhan E-commerce	0.09	5	0.45	Membuka akses pasar global dan personalisasi
O2	Inovasi Teknologi	0.08	4	0.32	Kemajuan dalam tekstil dan manufaktur
O3	Peningkatan Pendapatan Pasar Berkembang	0.07	4	0.28	Meningkatkan daya beli terhadap pakaian
Subtotal Opportunities		0.24		1.05	
THREATS					<i>(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)</i>
T1	Perlambatan Ekonomi	0.07	2	0.14	Menurunkan daya beli, terutama untuk kebutuhan non-mendesak
T2	Persaingan Global yang Ketat	0.10	3	0.30	Tekanan harga dari merek internasional
T3	Gangguan Rantai Pasok	0.09	2	0.18	Krisis logistik, pandemi, bencana

Subtotal Threats		0.26		0.62	
-------------------------	--	------	--	------	--

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,18; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,54; untuk peluang (*opportunities*) 1,05 dan ancaman (*threats*) 0,62. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,23 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,16, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +1,07. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri tersebut memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal untuk pengembangannya.

V.3.5. Klaster Industri Batik

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri batik didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: ragam motif dan filosofi, mendukung komunitas lokal dan dapat diadaptasi dengan tren. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: proses produksi padat karya dan lambat, kurangnya perlindungan hak kekayaan intelektual dan variabilitas kualitas dan harga. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: apresiasi global meningkat, permintaan produk berkelanjutan dan pasar produk khusus. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan dari tekstil murah, kenaikan biaya bahan baku dan hilangnya pengetahuan tradisional. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.9. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.10 berikut:

Tabel V.9. Analisis SWOT Industri Batik

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Beragam Motif & Filosofi: Memiliki kekayaan motif, pola, dan simbolisme yang mendalam dari berbagai daerah di Indonesia.	1 Proses Produksi Padat Karya & Lambat: Pembuatan batik tulis dan cap membutuhkan waktu dan tenaga kerja yang signifikan per unit.	1 Apresiasi Global Meningkat: Adanya pengakuan UNESCO dan tren global terhadap produk otentik, handmade, dan etnik.	1 Persaingan dari Tekstil Murah: Pakaian atau kain dengan motif print yang meniru batik ditawarkan dengan harga jauh lebih murah.
2 Mendukung Komunitas Lokal: Menjadi sumber mata pencaharian penting bagi banyak keluarga dan komunitas di daerah sentra batik.	2 Kurangnya Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Motif-motif tradisional atau desain baru rentan ditiru tanpa izin.	2 Permintaan Produk Berkelanjutan: Batik berpotensi memenuhi permintaan produk yang menggunakan bahan alami dan proses yang lebih ramah lingkungan (misal: pewarna alam).	2 Kenaikan Biaya Bahan Baku: Fluktuasi harga kapas, sutra, malam (lilin), dan pewarna dapat meningkatkan biaya produksi.
3 Dapat Diadaptasi dengan Tren: Motif dan desain batik dapat diadaptasi untuk mengikuti tren fashion modern, menjangkau pasar yang lebih luas.	3 Variabilitas Kualitas & Harga: Kualitas dan otentisitas (tulis vs cap vs print) sangat bervariasi, membingungkan konsumen dan mempengaruhi harga.	3 Pasar Produk Khusus: Permintaan untuk seragam perusahaan, merchandise, atau suvenir premium dengan sentuhan batik kustom.	3 Hilangnya Pengetahuan Tradisional: Jika regenerasi pengrajin tidak berjalan lancar, teknik dan motif tradisional berisiko punah.

Tabel V.10. Pembobotan dan Skor Industri Batik

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Beragam Motif & Filosofi	0.10	5	0.50	Kaya motif dan simbolisme budaya
S2	Mendukung Komunitas Lokal	0.09	4	0.36	Sumber penghidupan masyarakat sentra batik
S3	Dapat Diadaptasi dengan Tren	0.08	4	0.32	Batik bisa mengikuti tren fashion modern
Subtotal Strength		0.27		1.18	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Proses Produksi Padat Karya & Lambat	0.09	2	0.18	Produksi batik tulis & cap memakan waktu dan tenaga
W2	Kurangnya Perlindungan HKI	0.08	3	0.24	Motif mudah ditiru tanpa izin
W3	Variabilitas Kualitas & Harga	0.07	2	0.14	Kualitas & autentisitas membingungkan konsumen
Subtotal Weakness		0.24		0.56	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Apresiasi Global Meningkat	0.10	5	0.50	Pengakuan UNESCO & tren etnik global
O2	Permintaan Produk Berkelanjutan	0.09	4	0.36	Tren <i>eco-friendly</i> cocok untuk batik alami
O3	Pasar Produk Khusus	0.07	4	0.28	Batik custom untuk merchandise & seragam
Subtotal Opportunities		0.26		1.14	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)

T1	Persaingan dari Tekstil Murah	0.10	3	0.30	Motif print menyerupai batik dijual murah
T2	Kenaikan Biaya Bahan Baku	0.08	3	0.24	Harga kapas, malam, pewarna fluktuatif
T3	Hilangnya Pengetahuan Tradisional	0.05	2	0.10	Regenerasi pengrajin lambat, risiko kepunahan
Subtotal Threats		0.23		0.64	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,18; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,56; untuk peluang (*opportunities*) 1,14 dan ancaman (*threats*) 0,64. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,32 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,2, sehingga dihasilkan net score sebesar +1,12. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri tersebut memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal untuk pengembangannya.

V.3.6. Klaster Industri Jasa Menjahit

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri jasa menjahit didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: perbaikan & permak, mendukung kreativitas desain, mendukung bisnis lokal & UMKM. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: sangat bergantung pada keterampilan penjahit, standar kualitas bervariasi dan kurang standarisasi harga. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: permintaan pakaian custom fit & personalisasi, platform E-commerce & media sosial, dan kolaborasi. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan dari fast fashion, kualitas pakaian jadi menurun dan perubahan tren fashion yang cepat. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.11. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.12 berikut:

Tabel V.11. Analisis SWOT Industri Jasa Menjahit

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Perbaikan & Permak: Menyediakan layanan esensial untuk memperpanjang umur pakai pakaian yang sudah ada.	1 Sangat Bergantung pada Keterampilan Penjahit: Kualitas hasil sangat ditentukan oleh keahlian individu penjahit, yang bisa sulit ditemukan dan dipertahankan.	1 Permintaan Pakaian Custom-fit & Personalisasi: Konsumen semakin menginginkan pakaian yang pas di badan dan sesuai gaya pribadi.	1 Persaingan dari Fast Fashion: Pakaian jadi dari fast fashion menawarkan harga sangat murah, membuat biaya permak atau jahit custom terlihat mahal.
2 Mendukung Kreativitas Desain: Memungkinkan perwujudan desain pakaian yang unik dan orisinal.	2 Standar Kualitas Bervariasi: Kualitas jahitan, kerapian, dan hasil akhir bisa tidak konsisten antar penjahit, atau workshop.	2 Platform E-commerce & Media Sosial: Memudahkan penjahit memamerkan portofolio, menerima pesanan online, dan menjangkau pasar lebih luas.	2 Kualitas Pakaian Jadi Menurun: Beberapa pakaian massal dibuat dengan kualitas rendah sehingga sulit atau tidak ekonomis untuk dipermak.
3 Mendukung Bisnis Lokal & UMKM: Menjadi bagian penting dari ekosistem fashion lokal, mendukung desainer independen dan pengusaha kecil.	3 Kurang Standardisasi Harga: Penetapan harga bisa sangat bervariasi antar penyedia jasa, tergantung pengalaman, reputasi, dan lokasi.	3 Kolaborasi: Bekerja sama dengan desainer, butik, toko kain, atau jasa laundry/dry cleaning.	3 Perubahan Tren Fashion yang Cepat: Membutuhkan adaptasi yang konstan dalam hal model, pola, dan teknik jahit.

Tabel V.12. Pembobotan dan Skor Industri Jasa Menjahit

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					<i>(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)</i>
S1	Perbaikan & Permak	0.10	5	0.50	Memperpanjang usia pakai pakaian
S2	Mendukung Kreativitas Desain	0.09	4	0.36	Pakaian dapat didesain unik & orisinal
S3	Mendukung Bisnis Lokal & UMKM	0.08	4	0.32	Membantu desainer independen & usaha kecil
Subtotal Strength		0.27		1.18	
WEAKNESSES					<i>(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)</i>
W1	Bergantung pada Keterampilan Penjahit	0.10	2	0.20	SDM sangat berpengaruh terhadap kualitas

W2	Standar Kualitas Bervariasi	0.08	3	0.24	Tidak konsisten antar penjahit/workshop
W3	Kurang Standardisasi Harga	0.07	2	0.14	Harga bervariasi tergantung reputasi & lokasi
Subtotal Weakness		0.25		0.58	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Permintaan Custom-fit & Personalisasi	0.10	5	0.50	Tren pakaian sesuai tubuh & gaya meningkat
O2	E-commerce & Media Sosial	0.09	4	0.36	Mempermudah pemesanan & pemasaran
O3	Kolaborasi	0.08	4	0.32	Buka peluang kerja sama dengan pihak lain
Subtotal Opportunities		0.27		1.18	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Persaingan dari Fast Fashion	0.10	3	0.30	Harga murah bikin jasa jahit terlihat mahal
T2	Kualitas Pakaian Menurun	0.08	3	0.24	Sulit dipermak, tidak ekonomis
T3	Perubahan Tren Fashion Cepat	0.07	3	0.21	Butuh adaptasi terus-menerus
Subtotal Threats		0.25		0.75	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,18; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,58; untuk peluang (*opportunities*) 1,18 dan ancaman (*threats*) 0,75. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,36 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,33, sehingga dihasilkan net score sebesar +1,03. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri tersebut memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal untuk pengembangannya.

V.3.7. Klaster Industri Konveksi

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri konveksi didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: fleksibilitas produksi, waktu pengerjaan relatif cepat dan menyediakan lapangan kerja lokal. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: kontrol kualitas bervariasi, daya tawar terbatas dan investasi teknologi terbatas. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: pertumbuhan brand fashion lokal, fokus pada produksi lokal dan menambah layanan. Sementara itu

faktor ancaman (*threats*) seperti: fluktuasi harga bahan baku, perubahan tren fashion cepat dan peniruan desain. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.13. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.14 berikut:

Tabel V.13. Analisis SWOT Industri Konveksi

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Fleksibilitas Produksi: Mampu menangani pesanan dalam jumlah kecil hingga menengah, lebih fleksibel dibandingkan pabrik garmen besar.	1 Kontrol Kualitas Bervariasi: Menjaga konsistensi kualitas produk bisa lebih menantang antar lini produksi atau workshop kecil.	1 Pertumbuhan Brand Fashion Lokal & Indie: Munculnya banyak desainer dan brand fashion kecil yang membutuhkan mitra produksi.	1 Fluktuasi Harga Bahan Baku: Harga kain dan aksesoris yang tidak stabil dapat mempengaruhi biaya produksi dan harga jual.
2 Waktu Pengerjaan Relatif Cepat (untuk Order Kecil): Dapat menyelesaikan pesanan dalam jumlah kecil dengan waktu turnaround yang lebih singkat.	2 Daya Tawar Terbatas: Mungkin memiliki daya tawar yang lebih rendah terhadap pemasok bahan baku atau klien besar.	2 Fokus pada Produksi Etis & Lokal: Meningkatnya kesadaran konsumen dan brand terhadap asal usul produk dan kondisi kerja.	2 Perubahan Tren Fashion Cepat: Membutuhkan adaptasi konstan pada model, pola, dan teknik jahit, berpotensi menyebabkan stok bahan baku/pola cepat usang.
3 Menyediakan Lapangan Kerja Lokal: Memberikan kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja di daerah.	3 Investasi Teknologi Terbatas: Mungkin kurang memiliki akses atau kemampuan untuk berinvestasi dalam mesin dan teknologi produksi yang sangat canggih.	3 Menambah Layanan: Menawarkan layanan tambahan seperti desain, pembuatan pola, sourcing bahan baku, atau layanan finishing.	3 Peniruan Desain: Kurangnya perlindungan hukum bagi desain yang diproduksi dapat menyebabkan peniruan oleh pihak lain.

Tabel V.14. Pembobotan dan Skor Industri Konveksi

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Bisa menangani order kecil-menengah, fleksibel	0.10	5	0.50	Fleksibilitas Produksi
S2	Cepat dalam penyelesaian pesanan kecil	0.09	4	0.36	Waktu Pengerjaan Cepat (untuk order kecil)
S3	Kontribusi positif terhadap ekonomi lokal	0.08	4	0.32	Menyediakan Lapangan Kerja Lokal
Subtotal Strength		0.27		1.18	

WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Kontrol Kualitas Bervariasi	0.10	3	0.30	Kualitas antar workshop tidak konsisten
W2	Daya Tawar Terbatas	0.08	3	0.24	Tidak punya kekuatan negosiasi besar
W3	Investasi Teknologi Terbatas	0.07	2	0.14	Tidak mampu membeli mesin canggih
Subtotal Weakness		0.25		0.68	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Pertumbuhan Brand Lokal & Indie	0.10	5	0.50	Banyak brand lokal butuh mitra produksi
O2	Fokus Produksi Etis & Lokal	0.09	4	0.36	Konsumen makin sadar asal & etika produk
O3	Menambah Layanan	0.08	4	0.32	Bisa perluas jasa desain, pola, sourcing, dll
Subtotal Opportunities		0.27		1.18	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Fluktuasi Harga Bahan Baku	0.09	3	0.27	Harga bahan tidak stabil, pengaruhi margin
T2	Perubahan Tren Cepat	0.08	3	0.24	Model dan pola cepat usang
T3	Peniruan Desain	0.08	3	0.24	Desain bisa dicuri tanpa perlindungan hukum
Subtotal Threats		0.25		0.75	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,18; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,68; untuk peluang (*opportunities*) 1,18 dan ancaman

(*threats*) 0,75. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,36 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,43, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,93. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.8. Klaster Industri Pemasangan Gorden

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri pemasangan gorden didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: fungsi esensial, meningkatkan estetika ruangan dan ragam pilihan material. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: sangat dipengaruhi tren, perawatan & pembersihan serta kualitas bervariasi. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: pertumbuhan pasar properti, gorden pintar & otomatis dan material ramah lingkungan. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan dari penutup jendela alternatif, perlambatan ekonomi, dan sulit membedakan produk. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.15. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.16 berikut:

Tabel V.15. Analisis SWOT Industri Pemasangan Gorden

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Fungsi Esensial: Gorden memiliki fungsi penting untuk privasi, kontrol cahaya, isolasi termal/suara, dan elemen dekoratif.	1 Sangat Dipengaruhi Tren: Desain, warna, dan gaya gorden sangat bergantung pada tren interior dan mode yang berubah cepat.	1 Pertumbuhan Pasar Properti: Pembangunan rumah baru dan renovasi meningkatkan permintaan gorden baru.	1 Persaingan dari Penutup Jendela Alternatif: Tirai (horizontal/vertikal), keral (blinds), dan shutter kayu/metal menawarkan fungsi dan gaya yang berbeda.
2 Meningkatkan Estetika Ruangan: Dapat secara signifikan memperindah tampilan interior dan melengkapi tema desain.	2 Perawatan & Pembersihan: Beberapa jenis kain gorden sulit dibersihkan dan mungkin memerlukan layanan profesional.	2 Orden Pintar & Otomatis: Integrasi dengan sistem smart home menawarkan peluang untuk gorden otomatis yang dikendalikan jarak jauh.	2 Perlambatan Ekonomi: Gorden sering dianggap sebagai barang non-esensial dalam kondisi ekonomi yang sulit, mengurangi pengeluaran konsumen.
3 Ragam Pilihan Material: Tersedia dalam berbagai jenis kain, tekstur, dan ketebalan, menawarkan pilihan luas untuk fungsi dan estetika.	3 Kualitas Bervariasi: Kualitas jahitan, ketahanan luntur warna, dan daya tahan kain sangat bervariasi antar produsen.	3 Material Ramah Lingkungan: Permintaan untuk gorden yang terbuat dari bahan daur ulang atau berkelanjutan.	3 Sulit Membedakan Produk: Bagi konsumen, sulit membedakan kualitas antar gorden dengan tampilan fisik yang mirip.

Tabel V.16. Pembobotan dan Skor Industri Pemasangan Gypsum

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
	Fungsi Esensial	0.10	5	0.50	Gorden penting untuk privasi, kontrol cahaya, dan dekorasi
	Meningkatkan Estetika Ruangan	0.08	4	0.32	Memperindah dan melengkapi tema interior
	Ragam Pilihan Material	0.07	4	0.28	Variasi jenis, tekstur, dan ketebalan kain
Subtotal Strength		0.25		1.10	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
	Sangat Dipengaruhi Tren	0.09	3	0.27	Desain dan gaya cepat usang
	Perawatan & Pembersihan	0.08	3	0.24	Beberapa jenis sulit dibersihkan
	Kualitas Bervariasi	0.08	3	0.24	Inkonsistensi jahitan dan kain antar produsen
Subtotal Weakness		0.25		0.75	(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
	Pertumbuhan Pasar Properti	0.10	5	0.50	Rumah baru dan renovasi tingkatkan permintaan
	Gorden Pintar & Otomatis	0.08	4	0.32	Integrasi smart home, kontrol jarak jauh
	Material Ramah Lingkungan	0.07	4	0.28	Permintaan untuk bahan daur ulang/berkelanjutan
Subtotal Opportunities		0.25		1.10	
THREATS					
	Persaingan dari Penutup	0.09	3	0.27	Tirai, kerai, dan shutter

	Jendela Alternatif				
	Perlambatan Ekonomi	0.08	3	0.24	Gorden dianggap non-esensial saat ekonomi lesu
	Sulit Membedakan Produk	0.08	3	0.24	Tampilan mirip, kualitas sulit dibedakan
Subtotal Threats		0.25		0.75	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,10; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,75; untuk peluang (*opportunities*) 1,10 dan ancaman (*threats*) 0,75. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,20 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,50, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,70. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.9. Klaster Industri Kerajinan Tangan (*handycraft*)

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri kerajinan tangan didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: keunikan dan orisinalitas, refleksi budaya & warisan, dan potensi produk bernilai tinggi. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: produksi lambat & padat karya, sulit melindungi hak kekayaan intelektual, dan kurang standarisasi.

Tabel V.17. Analisis SWOT Industri Kerajinan Tangan (*handycraft*)

STRENGTHS (Kekuatan)		WEAKNESS (Kelemahan)		OPPORTUNITIES (Peluang)		THREATS (Ancaman)	
1	Keunikan dan Orisinalitas: Setiap produk seringkali unik dan memiliki sentuhan personal dari pengrajin.	1	Produksi Lambat & Padat Karya: Proses pembuatan manual membutuhkan waktu lama dan tenaga kerja intensif.	1	Pemintaan Global Produk Unik: Meningkatnya apresiasi global terhadap produk otentik, handmade, dan berbasis budaya.	1	Persaingan dari Produksi Massal: Produk imitasi yang diproduksi massal seringkali lebih murah dan lebih mudah ditemukan, menekan harga kerajinan tangan asli.
2	Refleksi Budaya & Warisan: Produk kerajinan tangan seringkali mencerminkan kekayaan budaya, tradisi, dan kearifan lokal.	2	Sulit Melindungi Hak Kekayaan Intelektual: Desain unik rentan ditiru oleh produsen massal atau pihak lain.	2	Sektor Pariwisata: Permintaan tinggi untuk souvenir dan cinderamata khas daerah dari wisatawan domestik maupun mancanegara.	2	Hilangnya Keterampilan Tradisional: Generasi muda mungkin kurang tertarik mempelajari keterampilan kerajinan yang membutuhkan waktu dan kesabaran.
3	Potensi Produk Bernilai Tinggi: Kerajinan tangan dengan kualitas dan desain luar biasa dapat mencapai harga premium.	3	Kurang Standardisasi: Ukuran, bentuk, atau finishing produk bisa tidak seragam.	3	Dukungan Pemerintah & Lembaga: Adanya program pelatihan, pendanaan, pameran, dan promosi untuk UMKM dan industri kreatif.	3	Ketergantungan pada Pariwisata: Jika pariwisata menurun (misalnya akibat pandemi atau krisis), penjualan kerajinan tangan bisa sangat terpuak.

Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: permintaan global produk unik, sektor pariwisata, serta dukungan pemerintah & lembaga. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan dari produksi massal, hilangnya keterampilan tradisional, dan ketergantungan pada pariwisata. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.17. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.18 berikut:

Tabel V.18. Pembobotan dan Skor Industri Kerajinan Tangan

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					<i>(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)</i>
S1	Keunikan dan Orisinalitas	0.10	5	0.50	Produk unik & personal, hasil karya tangan
S2	Refleksi Budaya & Warisan	0.08	4	0.32	Cerminan kekayaan budaya lokal
S3	Potensi Produk Bernilai Tinggi	0.07	4	0.28	Potensi pasar premium
Subtotal Strength		0.25		1.10	
WEAKNESSES					<i>(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)</i>
W1	Produksi Lambat & Padat Karya	0.09	3	0.27	Butuh waktu & tenaga intensif
W2	Sulit Melindungi Hak Kekayaan Intelektual	0.08	3	0.24	Rentan ditiru
W3	Kurang Standardisasi	0.08	3	0.24	Tidak seragam dalam ukuran/finishing
Subtotal Weakness		0.25		0.75	
OPPORTUNITIES					<i>(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)</i>
O1	Permintaan Global Produk Unik	0.10	5	0.50	Pasar global suka produk otentik
O2	Sektor Pariwisata	0.08	4	0.32	Permintaan cinderamata tinggi
O3	Dukungan Pemerintah & Lembaga	0.07	4	0.28	Pelatihan, promosi, pendanaan UMKM
Subtotal Opportunity		0.25		1.10	

THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Persaingan dari Produksi Massal	0.09	3	0.27	Produk imitasi lebih murah & mudah
T2	Hilangnya Keterampilan Tradisional	0.08	3	0.24	Generasi muda tidak tertarik
T3	Ketergantungan pada Pariwisata	0.08	3	0.24	Turunnya wisata, turunnya penjualan
Subtotal Threats		0.25		0.75	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,10; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,75; untuk peluang (*opportunities*) 1,10 dan ancaman (*threats*) 0,75. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,20 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,50, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,70. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.10. Klaster Industri Percetakan

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri jasa percetakan didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: kualitas layanan tinggi, permintaan tetap ada, dan variasi layanan. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: biaya produksi tinggi, persaingan ketat, keterbatasan tenaga kerja. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: pasar niche, integrasi dengan teknologi digital, serta tren personalisasi. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: perubahan preferensi konsumen, fluktuasi harga bahan baku dan regulasi dan kebijakan. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.19. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.20 berikut.

Tabel V.19. Analisis SWOT Industri Percetakan

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Kualitas layanan tinggi Memiliki tenaga kerja terampil dan berpengalaman	1 Biaya produksi tinggi Harga bahan baku dan peralatan cetak modern cukup mahal	1 Pasar niche Percetakan khusus seperti undangan pernikahan, alat promosi dan merchandise unik memiliki pasar tersendiri	1 Perubahan preferensi konsumen Banyaknya bisnis yang beralih ke media digital, mengurangi permintaan untuk cetakan fisik
2 Permintaan tetap ada Kebutuhan cetak seperti brosur, spanduk, dan merchandise di masyarakat masih ada	2 Persaingan ketat Banyaknya usaha percetakan membuat persaingan semakin tinggi	2 Integrasi dengan teknologi digital Menawarkan layanan desain grafis online atau cetak sesuai permintaan bisa meningkatkan daya saing	2 Fluktuasi harga bahan baku Harga kertas dan tinta bisa berubah-ubah, mempengaruhi biaya produksi
3 Variasi Layanan Menawarkan berbagai jenis produk, mulai dari kartu nama, buku dan kemas.	3 Keterbatasan tenaga kerja Tidak semua usaha memiliki staf yang terlatih dalam mengoperasikan mesin cetak modern	3 Tren personalisasi Banyak pelanggan mencari produk cetak unik dan disesuaikan dengan kebutuhan mereka	3 Regulasi dan kebijakan lingkungan Aturan terkait limbah dan penggunaan bahan ramah lingkungan yang harus dipatuhi

Tabel V.20. Pembobotan dan Skor Industri Percetakan

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Kualitas layanan tinggi	0.10	5	0.50	Tenaga kerja terampil & berpengalaman
S2	Permintaan tetap ada	0.08	4	0.32	Kebutuhan cetak fisik masih ada
S3	Variasi layanan	0.07	4	0.28	Menawarkan banyak jenis produk
Subtotal Strength		0.25		1.10	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Biaya produksi tinggi	0.09	3	0.27	Bahan baku & alat cetak mahal
W2	Persaingan ketat	0.08	3	0.24	Banyak usaha serupa

W3	Keterbatasan tenaga kerja	0.08	3	0.24	Tidak semua staf mampu operasikan mesin modern
Subtotal Weakness		0.25		0.75	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Pasar niche	0.09	5	0.45	Undangan, merchandise, promosi khusus
O2	Integrasi dengan teknologi digital	0.08	4	0.32	Layanan online & desain sesuai permintaan
O3	Tren personalisasi	0.08	4	0.32	Produk cetak unik & disesuaikan
Subtotal Opportunities		0.25		1.09	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Perubahan preferensi konsumen	0.09	3	0.27	Beralih ke media digital
T2	Fluktuasi harga bahan baku	0.08	3	0.24	Harga kertas/tinta tidak stabil
T3	Regulasi & kebijakan lingkungan	0.08	3	0.24	Penggunaan bahan ramah lingkungan
Subtotal Threats		0.25		0.75	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,10; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,75; untuk peluang (*opportunities*) 1,09 dan ancaman (*threats*) 0,75. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,19 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,50, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,69. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.11. Klaster Industri Sablon

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri sablon didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: fleksibilitas substrat, efektif biaya untuk volume menengah-besar dan teknologi yang mapan. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: kurang efisien untuk jumlah sangat sedikit, reproduksi detail terbatas dan potensi limbah. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: permintaan produk *custom*, pertumbuhan e-commerce serta industri pariwisata dan acara. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan dari metode lain, kenaikan biaya bahan baku serta kondisi ekonomi. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam

Tabel V.21. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.22 berikut.

Tabel V.21. Analisis SWOT Industri Sablon

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Fleksibilitas Substrat: Dapat mencetak di berbagai jenis bahan seperti kain, kertas, plastik, kaca, metal, dll	1 Kurang Efisien untuk Jumlah Sangat Sedikit: Tidak hemat biaya untuk pesanan dengan jumlah unit yang sangat sedikit atau kustomisasi per unit.	1 Permintaan Produk Kustom: Meningkatnya tren kustomisasi untuk pakaian, merchandise, dan barang promosi.	1 Persaingan dari Metode Lain: Perpindahan panas (heat transfer), bordir, dan metode cetak lainnya
2 Efektif Biaya untuk Volume Menengah-Besar: Untuk pesanan dalam jumlah menengah hingga besar, sablon seringkali lebih ekonomis.	2 Reproduksi Detail Terbatas: Sulit mencetak gambar dengan detail yang sangat halus atau gradasi warna kompleks (halftone) dibandingkan digital.	2 Pertumbuhan E-commerce: Platform online memudahkan pelaku sablon untuk menjangkau pasar yang lebih luas.	2 Kenaikan Biaya Bahan Baku: Harga tinta, bahan kimia, screen, dan bahan tekstil yang berfluktuasi.
3 Teknologi yang Mapan: Teknik dan pengetahuan tentang sablon sudah sangat luas dan mudah diakses.	3 Potensi Limbah: Tinta sisa, cetakan gagal, dan limbah kimia perlu dikelola.	3 Industri Pariwisata dan Acara: Menciptakan permintaan merchandise (kaos, tas) untuk oleh-oleh atau souvenir acara.	3 Kondisi Ekonomi: Penurunan daya beli konsumen dapat mengurangi permintaan untuk produk non-esensial seperti merchandise.

Tabel V.22. Pembobotan dan Skor Industri Sablon

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Fleksibilitas substrat	0.08	5	0.40	Bisa mencetak di berbagai bahan
S2	Efektif biaya untuk volume menengah-besar	0.08	4	0.32	Lebih hemat untuk cetakan banyak
S3	Teknologi yang mapan	0.07	4	0.28	Pengetahuan luas & mudah diakses
Subtotal Strength		0.23		1.00	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)

W1	Kurang efisien untuk jumlah sangat sedikit	0.09	4	0.36	Biaya tinggi untuk satuan kecil
W2	Reproduksi detail terbatas	0.08	4	0.32	Tidak cocok untuk gambar halus
W3	Potensi limbah	0.07	3	0.21	Tinta & bahan kimia perlu pengelolaan
Subtotal Weakness		0.24		0.89	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Permintaan produk kustom	0.09	5	0.45	Tren kustomisasi meningkat
O2	Pertumbuhan e-commerce	0.08	4	0.32	Mudah menjangkau pasar luas
O3	Industri pariwisata dan acara	0.08	4	0.32	Permintaan merchandise tinggi
Subtotal Opportunities		0.25		1.09	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Persaingan dari metode lain	0.09	4	0.36	Heat transfer, bordir, dll.
T2	Kenaikan biaya bahan baku	0.08	4	0.32	Harga tinta & bahan fluktuatif
T3	Kondisi ekonomi	0.08	3	0.24	Daya beli konsumen menurun
Subtotal Threats		0.25		0.92	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,00; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,89; untuk peluang (*opportunities*) 1,09 dan ancaman (*threaths*) 0,92. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,09 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,81, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,28. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri perlu penguatan internal.

V.312. Klaster Industri Periklanan

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri periklanan didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (strengths) seperti: fleksibilitas substrat, efektif biaya untuk volume menengah-besar dan teknologi yang mapan. Faktor yang menjadi kelemahan (weakness) seperti: kurang efisien untuk jumlah sangat sedikit, reproduksi detail terbatas dan potensi limbah. Faktor yang menjadi peluang (opportunities) seperti: permintaan produk custom, pertumbuhan e-commerce serta industri pariwisata dan acara. Sementara itu faktor ancaman (threats) seperti: persaingan dari metode lain, kenaikan biaya bahan baku serta kondisi ekonomi. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.23 Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.24 berikut.

Tabel V.23. Analisis SWOT Industri Periklanan

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Keberadaan Fisik yang Nyata: Memberikan kehadiran merek yang konkret di dunia nyata, membangun kepercayaan dan familiaritas.	1 Biaya Awal & Produksi Tinggi: Menyewa lokasi premium (untuk reklame besar) dan mencetak material fisik bisa sangat mahal.	1 Integrasi Teknologi: Menggabungkan iklan fisik dengan teknologi digital (misalnya QR code, Augmented Reality) untuk menciptakan pengalaman interaktif.	1 Dominasi Iklan Digital: Pergeseran anggaran iklan besar-besaran ke platform digital (media sosial, search, video) yang menawarkan targeting presisi, analisis mendalam, dan fleksibilitas tinggi.
2 Biaya per Jangkauan (CPM) Relatif Rendah: Untuk menjangkau ribuan orang, biaya per paparan bisa lebih rendah dibandingkan beberapa media lain.	2 Potensi Polusi Visual: Papan reklame dan spanduk yang tidak tertata dapat mengganggu estetika kota.	2 Peningkatan Lalu Lintas: Pertumbuhan perkotaan dan volume lalu lintas menciptakan lokasi-lokasi baru yang strategis untuk periklanan OOH.	2 Kenaikan Biaya Sewa Lokasi Premium: Semakin kompetitifnya lokasi strategis dapat meningkatkan biaya secara signifikan.
3 Menjadi Bagian dari Lingkungan: Dapat menjadi penanda tempat atau bagian dari lanskap perkotaan.	3 Rentan Cuaca & Vandalisme: Terkena elemen lingkungan dan berisiko rusak.	3 Pengembangan Material Berkelanjutan: Menggunakan bahan cetak yang lebih ramah lingkungan dapat menarik klien yang berfokus pada ESG.	3 Isu Privasi (untuk DOOH Canggih): Penggunaan data audiens (meskipun anonim) untuk DOOH dapat menimbulkan kekhawatiran privasi.

Tabel V.24. Pembobotan dan Skor Industri Periklanan

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Kualitas layanan tinggi	0.10	5	0.50	Tenaga kerja terampil & berpengalaman
S2	Permintaan tetap ada	0.08	4	0.32	Kebutuhan cetak fisik masih ada

S3	Variasi layanan	0.07	4	0.28	Menawarkan banyak jenis produk
Subtotal Strengths		0.25		1.10	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Biaya produksi tinggi	0.09	3	0.27	Bahan baku & alat cetak mahal
W2	Persaingan ketat	0.08	3	0.24	Banyak usaha serupa
W3	Keterbatasan tenaga kerja	0.08	3	0.24	Tidak semua staf mampu operasikan mesin modern
Subtotal Weakness		0.25		0.75	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Pasar niche	0.09	5	0.45	Undangan, merchandise, promosi khusus
O2	Integrasi dengan teknologi digital	0.08	4	0.32	Layanan online & desain sesuai permintaan
O3	Tren personalisasi	0.08	4	0.32	Produk cetak unik & disesuaikan
Subtotal Opportunities		0.25		1.09	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Perubahan preferensi konsumen	0.09	3	0.27	Beralih ke media digital
T2	Fluktuasi harga bahan baku	0.08	3	0.24	Harga kertas/tinta tidak stabil
T3	Regulasi & kebijakan lingkungan	0.08	3	0.24	Penggunaan bahan ramah lingkungan
Subtotal Threats		0.25		0.75	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,10; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,75; untuk peluang (*opportunities*) 1,09 dan ancaman (*threats*) 0,75. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,19 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,50, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,69. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.13. Klaster Industri Pembuatan Pagar, Teralis dan Besi

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri periklanan didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: fleksibilitas substrat, efektif biaya untuk volume menengah-besar dan teknologi yang mapan. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: kurang efisien untuk jumlah sangat sedikit, reproduksi detail terbatas dan potensi limbah. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: permintaan produk *custom*, pertumbuhan *e-commerce* serta industri pariwisata dan acara. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan dari metode lain, kenaikan biaya bahan baku serta kondisi ekonomi. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.25. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.26 berikut.

Tabel V.25. Analisis SWOT Industri Pembuatan Pagar, Teralis dan Besi

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Material Tahan Lama: Besi/baja adalah material yang sangat kuat dan tahan lama jika dilindungi dari korosi.	1 Rentan Karat & Korosi: Material besi/baja mudah berkarat jika tidak diberi finishing dan perawatan yang tepat.	1 Pertumbuhan Sektor Properti: Pembangunan perumahan baru dan properti komersial terus meningkatkan permintaan.	1 Persaingan dari Material Alternatif: Pagar/teralis dari aluminium, kayu, PVC, beton pracetak, atau material komposit.
2 Proses Produksi Relatif Sederhana: Metode dasarnya (pemotongan, pengelasan, finishing) relatif langsung dan dapat dilakukan oleh workshop skala kecil.	2 Membutuhkan Tenaga Kerja Terampil: Proses pengelasan, pemotongan, dan fabrikasi membutuhkan keahlian khusus.	2 Tren Desain Arsitektur: Permintaan untuk elemen arsitektur berbahan metal yang estetik dan kustom.	2 Persaingan Impor: Produk pagar atau teralis jadi dari negara dengan biaya produksi lebih rendah.
3 Mendukung Bisnis Lokal: Industri ini sering dijalankan oleh UMKM dan workshop di tingkat lokal.	3 Instalasi Butuh Keahlian: Memasang pagar atau teralis membutuhkan presisi dan pengalaman.	3 Kemitraan dengan Developer & Kontraktor: Menjadi pemasok untuk proyek-proyek pembangunan skala besar.	3 Perubahan Tren Arsitektur: Pergeseran ke gaya minimalis yang mungkin mengurangi penggunaan teralis atau pagar besi yang rumit.

Tabel V.26. Pembobotan dan Skor Industri Pembuatan Pagar, Teralis dan Besi

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Material tahan lama	0.08	5	0.40	Tahan terhadap beban & umur panjang

S2	Proses produksi relatif sederhana	0.07	4	0.28	Bisa dikerjakan workshop lokal
S3	Mendukung bisnis lokal	0.07	4	0.28	Peluang bagi UMKM dan tenaga kerja lokal
Subtotal Strength		0.22		0.96	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Rentan karat & korosi	0.08	4	0.32	Butuh perawatan & finishing ekstra
W2	Membutuhkan tenaga kerja terampil	0.07	3	0.21	Keahlian teknis tinggi diperlukan
W3	Instalasi butuh keahlian	0.07	3	0.21	Risiko kesalahan pemasangan tinggi
Subtotal Weakness		0.22		0.74	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Pertumbuhan sektor properti	0.09	5	0.45	Tingginya permintaan rumah & komersial Minat pada desain besi estetik dan kustom Menjadi pemasok proyek besar
O2	Tren desain arsitektur	0.08	4	0.32	Aluminium, kayu, PVC, beton
O3	Kemitraan dengan developer & kontraktor	0.08	4	0.32	Menjadi pemasok proyek besar
Subtotal Opportunities		0.25		1.09	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)

T1	Persaingan dari material alternatif	0.09	5	0.45	Aluminium, kayu, PVC, beton
T2	Persaingan impor	0.08	4	0.32	Produk impor lebih murah
T3	Perubahan tren arsitektur	0.08	3	0.24	Gaya minimalis bisa kurangi kebutuhan
Subtotal Threats		0.25		1.01	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,09; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,75; untuk peluang (*opportunities*) 0,74 dan ancaman (*threats*) 1,01. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,05 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,75, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,30. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri perlu penguatan internal.

V.3.14. Klaster Industri Beton

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri pembuatan beton untuk material bangunan didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: ketersediaan bahan baku luas, material serbaguna dan dapat diproduksi lokal. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: produksi semen padat energi & emisi CO2 tinggi, rentan retak dan membutuhkan waktu pengeringan. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: pertumbuhan infrastruktur & pembangunan, proyek rekonstruksi dan urbanisasi. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan dari material alternatif, tantangan logistik serta ketersediaan air bersih. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.27. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.28 berikut.

Tabel V.27. Analisis SWOT Industri Beton

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Ketersediaan Bahan Baku Luas: Bahan baku utama (semen, agregat seperti pasir dan kerikil, air) relatif mudah ditemukan di banyak lokasi.	1 Produksi Semen Padat Energi & Emisi CO2 Tinggi: Proses produksi semen (komponen utama beton) membutuhkan energi besar dan menghasilkan emisi karbon dioksida yang signifikan.	1 Pertumbuhan Infrastruktur & Pembangunan: Investasi pemerintah dan swasta dalam pembangunan jalan, jembatan, pelabuhan, bandara, dan gedung-gedung baru.	1 Persaingan dari Material Alternatif: Material lain seperti baja, kayu, aspal, batu bata, atau material komposit dapat menjadi pilihan di beberapa aplikasi.
2 Material Serbaguna: Dapat digunakan untuk berbagai aplikasi struktural dan non-struktural dalam konstruksi (gedung, jembatan, jalan, dam, dll.).	2 Rentan Retak: Jika tidak dikelola dengan baik selama penempatan dan curing, beton rentan mengalami retak susut atau retak termal.	2 Proyek Rekonstruksi: Kebutuhan material beton tinggi dalam upaya pembangunan kembali pasca bencana alam.	2 Tantangan Logistik: Pengiriman beton ready-mix memiliki batasan waktu sebelum mengeras, memerlukan manajemen logistik yang sangat efisien.
3 Dapat Diproduksi Lokal: Beton ready-mix dapat diproduksi di batching plant lokal dekat lokasi proyek, mengurangi biaya dan waktu transportasi.	3 Membutuhkan Waktu Pengeringan: Beton memerlukan waktu untuk mencapai kekuatan penuh (curing time) sebelum dapat dibebani.	3 Urbanisasi: Pertumbuhan kota meningkatkan kebutuhan akan bangunan residensial, komersial, dan infrastruktur pendukung.	3 Ketersediaan Air Bersih: Ketersediaan air bersih yang cukup untuk pencampuran beton dapat menjadi isu di beberapa daerah.

Tabel V.28. Pembobotan dan Skor Industri Beton

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Ketersediaan Bahan Baku Luas	0.10	4	0.40	Bahan utama mudah ditemukan
S2	Material Serbaguna	0.09	3	0.27	Aplikasi luas dalam konstruksi
S3	Dapat Diproduksi Lokal	0.08	3	0.24	Efisien secara logistik
Subtotal Strengths		0.27		0.91	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Produksi Semen Padat Energi & Emisi CO2 Tinggi	0.12	4	0.48	Dampak lingkungan tinggi

W2	Rentan Retak	0.10	3	0.30	Kualitas bergantung pada pelaksanaan
W3	Membutuhkan Waktu Pengeringan	0.08	2	0.16	Perlu waktu sebelum digunakan
Subtotal Weaknesses		0.30		0.94	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Pertumbuhan Infrastruktur & Pembangunan	0.13	4	0.52	Banyak proyek pembangunan
O2	Proyek Rekonstruksi	0.10	3	0.30	Tingginya permintaan pascabencana
O3	Urbanisasi	0.10	3	0.30	Kebutuhan konstruksi meningkat
Subtotal Opportunities		0.33		1.12	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Persaingan Material Alternatif	0.10	3	0.30	Alternatif material tersedia
T2	Tantangan Logistik	0.08	3	0.24	Waktu transportasi kritis
T3	Ketersediaan Air Bersih	0.07	2	0.14	Risiko di daerah tertentu
Subtotal Threats		0.25		0.68	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 0,91; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,94; untuk peluang (*opportunities*) 1,12 dan ancaman (*threats*) 0,68. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,03 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,62, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,41. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.15. Klaster Industri Pemasangan Gypsum

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri pemasangan gipsum didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: serbaguna, pemasangan cepat & mudah serta dapat didaur ulang. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: rentan terhadap air, membutuhkan keahlian finishing dan ketergantungan pada industri konstruksi. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: pertumbuhan industri konstruksi, fokus pada keselamatan kebakaran serta terdapatnya pasar renovasi

bangunan. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: perlambatan ekonomi, regulasi lingkungan serta persaingan impor. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.29. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.30 berikut.

Tabel V.29. Analisis SWOT Industri Pemasangan Gypsum

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Serbaguna: Digunakan untuk berbagai aplikasi konstruksi (dinding partisi, plafon, pelapis) dan non-konstruksi (pupuk, aditif semen).	1 Rentan Terhadap Air: Kehilangan kekuatan struktural dan mudah rusak jika terkena kelembaban atau air dalam jumlah banyak.	1 Pertumbuhan Industri Konstruksi: Pembangunan infrastruktur, perumahan, dan komersial mendorong permintaan produk gypsum.	1 Perlambatan Ekonomi: Resesi atau kelesuan di sektor properti dan konstruksi akan secara langsung menekan permintaan gypsum.
2 Pemasangan Cepat & Mudah: Papan gypsum relatif mudah dipotong dan dipasang dibandingkan material dinding tradisional, mempercepat proses konstruksi.	2 Membutuhkan Keahlian Finishing: Menciptakan permukaan dinding yang mulus dan tanpa sambungan memerlukan keterampilan khusus (tape and jointing).	2 Fokus pada Keselamatan Kebakaran: Regulasi bangunan yang lebih ketat terkait keselamatan kebakaran meningkatkan penggunaan papan gypsum.	2 Regulasi Lingkungan: Aturan yang lebih ketat terkait penambangan, emisi (dari kalsinasi), dan pembuangan limbah.
3 Dapat Didaur Ulang: Produk gypsum bekas dapat didaur ulang kembali menjadi bahan baku baru, mendukung ekonomi sirkular (meskipun infrastruktur daur ulang bervariasi).	3 Ketergantungan pada Industri Konstruksi: Permintaan produk gypsum sangat bergantung pada aktivitas di sektor konstruksi dan properti.	3 Pasar Renovasi: Permintaan untuk perbaikan atau perubahan interior pada bangunan lama.	3 Persaingan Impor: Produk gypsum dari negara dengan biaya produksi atau bahan baku lebih murah.

Tabel V.30. Pembobotan dan Skor Industri Pemasangan Gypsum

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Serbaguna	0,10	4	0,40	Banyak aplikasi penggunaan
S2	Pemasangan Cepat & Mudah	0,10	4	0,40	Mempercepat proses konstruksi
S3	Dapat Didaur Ulang	0,10	3	0,30	Mendukung ekonomi sirkular
Subtotal Strengths		0,30		1,10	

WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Rentan Terhadap Air	0,10	2	0,20	Menurunkan daya tahan
W2	Membutuhkan Keahlian Finishing	0,10	2	0,20	Proses pemasangan memerlukan tenaga ahli
W3	Ketergantungan pada Industri Konstruksi	0,10	3	0,30	Sangat tergantung pada sektor konstruksi
Subtotal Weaknesses		0,30		0,70	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Pertumbuhan Industri Konstruksi	0,10	4	0,40	Meningkatkan permintaan gypsum
O2	Fokus pada Keselamatan Kebakaran	0,10	3	0,30	Regulasi mendorong penggunaan gypsum
O3	Pasar Renovasi	0,10	3	0,30	Peluang di pasar bangunan lama
Subtotal Opportunities		0,30		1,00	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Perlambatan Ekonomi	0,07	2	0,14	Daya beli dan pembangunan melambat
T2	Regulasi Lingkungan	0,06	2	0,12	Tekanan dari regulasi lingkungan
T3	Persaingan Impor	0,07	3	0,21	Ancaman dari produk luar dengan harga lebih murah
Subtotal Threats		0,20		0,47	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,10; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,70; untuk peluang (*opportunities*) 1,00 dan ancaman (*threats*) 0,47. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,10 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,17, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,93. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.16. Klaster Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri pemasangan/pengolahan kaca didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: material serbaguna, dapat didaur ulang serta tahan lama dan stabil. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: mudah pecah, membutuhkan investasi modal besar serta proses produksi yang menghasilkan emisi. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: meningkatnya permintaan kemasan berkelanjutan, kemajuan teknologi serta kesadaran konsumen akan daur ulang. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan material alternatif, fluktuasi harga serta persaingan impor. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.31. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.32 berikut.

Tabel V.31. Analisis SWOT Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Material Serbaguna: Dapat digunakan untuk berbagai aplikasi (bangunan, otomotif, kemasan, elektronik, dll.)	1 Rapuh dan Mudah Pecah: Kaca rentan pecah, yang menimbulkan risiko cedera dan kerugian	1 Meningkatnya Permintaan Kemasan Berkelanjutan: Tekanan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai meningkatkan minat pada kemasan kaca.	1 Persaingan dari Material Alternatif: Plastik, aluminium, baja, kayu, atau material komposit dapat menjadi pengganti kaca di berbagai aplikasi.
2 Dapat Didaur Ulang Tanpa Batas: Kaca dapat dilebur dan dibentuk kembali berkali-kali tanpa kehilangan kualitas intrinsiknya.	2 Membutuhkan Investasi Modal Besar: Pendirian dan operasional pabrik kaca memerlukan investasi yang sangat besar untuk tungku dan peralatan canggih.	2 Kemajuan Teknologi: Pengembangan kaca pintar (smart glass), kaca ultra-tipis, atau kaca yang lebih kuat membuka pasar baru.	2 Fluktuasi Harga Bahan Baku Utama: Harga pasir kuarsa, soda abu, batu kapur, dan bahan kimia lain dapat bergejolak.
3 Tahan Lama dan Stabil: Tidak mudah terdegradasi oleh waktu atau cuaca (kecuali dalam kondisi ekstrem).	3 Proses Produksi Menghasilkan Emisi: Emisi CO ₂ dari proses peleburan dan penggunaan bahan baku tertentu menjadi tantangan lingkungan.	3 Kesadaran Konsumen akan Daur Ulang: Dukungan publik terhadap daur ulang kaca dapat mendorong inisiatif keberlanjutan industri.	3 Persaingan Impor: Produk kaca dari negara lain dengan biaya produksi lebih rendah dapat mengancam pasar domestik.

Tabel V.32. Pembobotan dan Skor Industri Pemasangan/Pengolahan Kaca

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Material Serbaguna	0.07	5	0.35	Bisa digunakan di banyak sektor
S2	Dapat Didaur Ulang Tanpa Batas	0.07	4	0.28	Ramah lingkungan & efisien bahan

S3	Tahan Lama dan Stabil	0.06	4	0.24	Tidak cepat rusak secara alami
Subtotal Strength		0.20		0.87	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Rapuh dan Mudah Pecah	0.08	5	0.40	Risiko keamanan & kerugian
W2	Mebutuhkan Investasi Modal Besar	0.07	4	0.28	Pabrikasi mahal & teknologinya tinggi
W3	Proses Produksi Menghasilkan Emisi	0.05	3	0.15	Isu lingkungan
Subtotal Weakness		0.20		0.83	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Permintaan Kemasan Berkelanjutan	0.08	5	0.40	Daya tarik dibanding plastik
O2	Kemajuan Teknologi	0.07	4	0.28	Inovasi kaca cerdas & kuat
O3	Kesadaran Konsumen akan Daur Ulang	0.05	4	0.20	Mendukung keberlanjutan
Subtotal Opportunities		0.20		0.88	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Persaingan dari Material Alternatif	0.08	5	0.40	Banyak substitusi fungsional kaca
T2	Fluktuasi Harga Bahan Baku Utama	0.07	4	0.28	Risiko biaya produksi naik
T3	Persaingan Impor	0.05	4	0.20	Produk luar lebih murah
Subtotal Threats		0.20		0.88	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 0,87; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,83; untuk peluang (*opportunities*) 0,88 dan ancaman (*threaths*) 0,88. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 1,75 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,71, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,04. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.17. Klaster Industri Perkayuan

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri pemasangan gipsum didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: sumber daya alam terbarukan, penciptaan lapangan kerja, dan potensi produk bernilai tinggi. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: rentan terhadap hama, potensi dampak lingkungan negatif dan limbah produksi. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: meningkatnya permintaan produk ramah lingkungan, kemajuan teknologi pengolahan kayu dan pertumbuhan pasar global. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: regulasi lingkungan yang ketat, persaingan dari bahan alternatif dan kondisi ekonomi global. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.33. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.34 berikut.

Tabel V.33. Analisis SWOT Industri Perkayuan

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Sumber Daya Alam Terbarukan: Kayu adalah bahan yang dapat diperbarui melalui pengelolaan hutan yang lestari.	1 Rentan terhadap Hama, Penyakit, dan Kebakaran: Hutan dan kayu olahan mudah rusak oleh faktor biologis dan api.	1 Meningkatnya Permintaan Produk Ramah Lingkungan: Konsumen semakin mencari produk alami dan berkelanjutan.	1 Regulasi Lingkungan yang Ketat: Pemerintah dapat memberlakukan aturan yang lebih ketat terkait penebangan dan pengelolaan hutan.
2 Penciptaan Lapangan Kerja: Industri ini menciptakan banyak lapangan kerja, terutama di daerah pedesaan.	2 Potensi Dampak Lingkungan Negatif: Penebangan hutan yang tidak berkelanjutan dapat menyebabkan deforestasi, erosi, dan hilangnya keanekaragaman hayati.	2 Kemajuan Teknologi Pengolahan Kayu: Inovasi dalam teknologi dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi limbah, dan menciptakan produk baru.	2 Persaingan dari Bahan Alternatif: Plastik, logam, beton, komposit seringkali lebih murah, lebih tahan lama, atau lebih konsisten.
3 Potensi Produk Bernilai Tinggi: Kayu dapat diolah menjadi produk akhir bernilai tinggi seperti furnitur berkualitas dan kerajinan.	3 Limbah Produksi: Proses pengolahan kayu menghasilkan limbah seperti serbuk gergaji dan potongan yang perlu dikelola.	3 Pertumbuhan Pasar Global: Meningkatnya populasi dan pembangunan infrastruktur di berbagai negara menciptakan permintaan.	3 Kondisi Ekonomi Global: Resesi ekonomi dapat mengurangi permintaan untuk konstruksi dan furnitur.

Tabel V.34. Pembobotan dan Skor Industri Perkayuan

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
Strengths					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Sumber Daya Alam Terbarukan	0.10	4	0.40	Kayu bahan yang dapat diperbarui

S2	Penciptaan Lapangan Kerja	0.08	3	0.24	Membutuhkan pekerja banyak
S3	Potensi Produk Bernilai Tinggi	0.07	3	0.21	Bisa diolah menjadi produk bernilai
Subtotal Strengths		0.25		0.85	
Weaknesses					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Rentan terhadap Hama, Penyakit, dan Kebakaran	0.09	3	0.27	Mudah rusak oleh faktor biologis dan api
W2	Potensi Dampak Lingkungan Negatif	0.10	4	0.40	Dapat menghilangkan keanekaragaman hayati
W3	Limbah Produksi	0.06	2	0.12	Limbah gergaji yang perlu dikelola
Subtotal Weaknesses		0.25		0.79	
Opportunities					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Meningkatnya Permintaan Produk Ramah Lingkungan	0.10	4	0.40	Konsumen mencari produk alami dan berkelanjutan
O2	Kemajuan Teknologi Pengolahan Kayu	0.09	3	0.27	Inovasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan pengurangan limbah
O3	Pertumbuhan Pasar Global	0.06	3	0.18	Pembangunan infrastruktur yang mendorong permintaan
Subtotal Opportunities		0.25		0.85	
Threats					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Regulasi Lingkungan yang Ketat	0.08	3	0.24	Aturan yang lebih ketat terkait pengelolaan hutan
T2	Persaingan dari Bahan Alternatif	0.09	3	0.27	Plastik, logam, beton dianggap lebih tahan lama
T3	Kondisi Ekonomi Global	0.08	2	0.16	Resesi ekonomi dapat mengurangi permintaan
Subtotal Threats		0.25		0.67	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 0,85; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,79; untuk peluang (*opportunities*) 0,85 dan ancaman (*threats*) 0,67. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 1,70 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,46, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +0,24. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri perlu penguatan internal.

V.3.18. Klaster Industri Bengkel

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri bengkel didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: interaksi langsung pelanggan, keahlian spesialis, dan mendukung lapangan kerja lokal. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: sangat bergantung pada keterampilan mekanik, tantangan manajemen suku cadang, membutuhkan investasi pada peralatan & teknologi. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: peningkatan jumlah kendaraan, layanan perawatan preventif, dan kemitraan bisnis. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan dari bengkel resmi, persaingan dari bengkel informal dan kenaikan harga suku cadang. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.35. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.36 berikut.

Tabel V.35. Analisis SWOT Industri Bengkel

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Interaksi Langsung Pelanggan: Memungkinkan pembangunan hubungan personal dan kepercayaan dengan pelanggan melalui komunikasi langsung.	1 Sangat Bergantung pada Keterampilan Mekanik: Kualitas layanan sangat bergantung pada keahlian individu mekanik, yang bisa bervariasi.	1 Peningkatan Jumlah Kendaraan: Pertumbuhan populasi dan daya beli meningkatkan jumlah kendaraan di jalan yang membutuhkan perawatan.	1 Persaingan dari Bengkel Resmi/Dealer: Dianggap memiliki akses lebih baik ke suku cadang asli dan informasi teknis dari produsen.
2 Keahlian Spesialis: Beberapa bengkel dapat mengembangkan spesialisasi pada jenis kendaraan atau jenis perbaikan tertentu.	2 Tantangan Manajemen Suku Cadang: Mengelola inventaris suku cadang yang beragam dan ketersediaannya bisa rumit dan memerlukan modal.	2 Layanan Perawatan Preventif: Edukasi pelanggan tentang pentingnya perawatan rutin membuka peluang pendapatan yang stabil.	2 Persaingan dari Bengkel Informal: Bengkel tidak resmi sering menawarkan harga jauh lebih murah, meskipun kualitas dan garansi tidak terjamin.
3 Mendukung Lapangan Kerja Lokal: Memberikan kontribusi signifikan dalam penyerapan tenaga kerja di tingkat lokal.	3 Mebutuhkan Investasi pada Peralatan & Teknologi: Mengikuti perkembangan teknologi kendaraan memerlukan investasi berkelanjutan pada alat diagnostik dan peralatan khusus.	3 Kemitraan Bisnis: Menjalinkan kerja sama dengan perusahaan asuransi, operator armada, atau dealer mobil bekas.	3 Kenaikan Harga Suku Cadang: Biaya suku cadang yang terus meningkat dapat memberatkan pelanggan dan menekan margin bengkel.

Tabel V.36. Pembobotan dan Skor Industri Bengkel

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Interaksi Langsung Pelanggan	0.10	4	0.40	Meningkatkan hubungan personal dan kepercayaan
S2	Keahlian Spesialis	0.10	3	0.30	Pengembangan spesialisasi jenis kendaraan
S3	Mendukung Lapangan Kerja Lokal	0.10	3	0.30	Kontribusi penyerapan tenaga kerja
Subtotal Strengths		0.30		1.00	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Sangat Bergantung pada Keterampilan Mekanik	0.10	2	0.20	Sangat tergantung pada keahlian individu mekanik
W2	Tantangan Manajemen Suku Cadang	0.10	2	0.20	Dibutuhkan pengelolaan inventaris suku cadang
W3	Mebutuhkan Investasi pada Peralatan & Teknologi	0.10	2	0.20	Kebutuhan investasi berkelanjutan
Subtotal Weaknesses		0.30		0.60	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Peningkatan Jumlah Kendaraan	0.10	4	0.40	Pertumbuhan populasi dan daya beli
O2	Layanan Perawatan Preventif	0.10	3	0.30	Eduksi pelanggan tentang perawatan
O3	Kemitraan Bisnis	0.10	3	0.30	Peluang kerjasama dengan berbagai pihak

Subtotal Opportunities		0.30		1.00	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Persaingan dari Bengkel Resmi Dealer	0.10	2	0.20	Dianggap memiliki akses lebih baik ke suku cadang asli
T2	Persaingan dari Bengkel Informal	0.10	2	0.20	Penawaran harga lebih murah
T3	Kenaikan Harga Suku Cadang	0.10	2	0.20	Biaya suku cadang yang terus meningkat
Subtotal Threats		0.30		0.60	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,00; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,60; untuk peluang (*opportunities*) 1,00 dan ancaman (*threats*) 0,60. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,00 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,20, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +0,80. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.19. Klaster Industri Jasa Pengelasan

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri jasa pengelasan didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: keahlian esensial, mendukung perbaikan dan modifikasi dan dapat dilakukan di lokasi. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: kualitas bervariasi, membutuhkan peralatan khusus dan tidak adanya standarisasi harga. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: permintaan jasa las *mobile*, program pelatihan & sertifikasi dan kemajuan teknologi peralatan. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: kelangkaan juru las terampil, regulasi lingkungan dan gangguan rantai pasok. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.37. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.38 berikut.

Tabel V.37. Analisis SWOT Industri Jasa Pengelasan

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Keahlian Esensial: Pengelasan adalah proses fundamental yang krusial untuk menyambung material logam di berbagai industri.	1 Kualitas Bervariasi: Hasil akhir pengelasan bisa sangat bervariasi antar juru las atau bahkan dalam satu proyek jika kontrol kualitas kurang.	1 Permintaan Jasa Las Mobile: Meningkatnya kebutuhan perbaikan darurat atau fabrikasi di lokasi yang sulit diakses.	1 Kelangkaan Juru Las Terampil & Bersertifikat: Kesenjangan keterampilan (skill gap) menjadi masalah serius di banyak negara.
2 Mendukung Perbaikan & Modifikasi: Industri ini vital untuk memperbaiki struktur atau komponen logam yang rusak, serta memodifikasinya.	2 Mebutuhkan Peralatan Khusus & Mahal: Mesin las, peralatan keselamatan, ventilasi, dan alat bantu lainnya memerlukan investasi yang signifikan.	2 Program Pelatihan & Sertifikasi: Meningkatkan jumlah juru las yang kompeten dan kredibilitas industri secara keseluruhan.	2 Regulasi Lingkungan: Aturan terkait emisi asap las dan pembuangan limbah beracun semakin ketat.
3 Dapat Dilakukan di Lokasi (Mobile Welding): Jasa las dapat disediakan langsung di lokasi proyek atau perbaikan yang sulit dipindahkan.	3 Kurang Standardisasi Harga: Penetapan harga bisa sangat bervariasi antar penyedia jasa, tergantung pengalaman, reputasi, dan lokasi.	3 Kemajuan Teknologi Peralatan: Alat las yang lebih efisien, portabel, dan memiliki fitur keselamatan canggih.	3 Gangguan Rantai Pasok: Terutama untuk peralatan las, suku cadang, atau bahan habis pakai impor.

Tabel V.38. Pembobotan dan Skor Industri Jasa Pengelasan

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					<i>(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)</i>
S1	Keahlian Esensial	0.15	4	0.60	
S2	Mendukung Perbaikan & Modifikasi	0.10	4	0.40	
S3	Dapat Dilakukan di Lokasi (Mobile Welding)	0.10	3	0.30	
Subtotal Strengths		0.35		1.30	
WEAKNESSES					<i>(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)</i>
W1	Kualitas Bervariasi	0.10	2	0.20	

W2	Mebutuhkan Peralatan Khusus & Mahal	0.15	2	0.30	
W3	Kurang Standardisasi Harga	0.10	2	0.20	
Subtotal Weaknesses		0.35		0.70	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Permintaan Jasa Las Mobile	0.10	4	0.40	
O2	Program Pelatihan & Sertifikasi	0.10	4	0.40	
O3	Kemajuan Teknologi Peralatan	0.10	3	0.30	
Subtotal Opportunities		0.30		1.10	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Kelangkaan Juru Las Terampil & Bersertifikat	0.15	2	0.30	
T2	Regulasi Lingkungan	0.10	2	0.20	
T3	Gangguan Rantai Pasok	0.10	2	0.20	
Subtotal Threats		0.35		0.70	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,30; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,70; untuk peluang (*opportunities*) 1,10 dan ancaman (*threaths*) 0,70. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,40 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,40, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +1,00. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri tersebut memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal untuk pengembangannya.

V.3.20. Klaster Industri Jasa Perbaikan (*service*)

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri jasa perbaikan (*service*) didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: kebutuhan esensial, kurang rentan persaingan impor dan permintaan saat produk rusak. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: sangat bergantung pada tenaga kerja, manajemen suku cadang kompleks dan kurang standarisasi. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: kompleksitas produk modern, *platform online* & aplikasi serta ekspansi layanan terkait. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: pembatasan produsen, persaingan dari *service centre* dan perubahan teknologi cepat. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.39. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.40 berikut.

Tabel V.39. Analisis SWOT Industri Jasa Perbaikan (*Service*)

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Kebutuhan Esensial: Sangat dibutuhkan untuk menjaga fungsi dan memperpanjang umur pakai produk.	1 Sangat Bergantung pada Tenaga Kerja Terampil: Kualitas layanan sangat bergantung pada ketersediaan dan keahlian teknis, yang bisa sulit dicari dan dipertahankan.	1 Kompleksitas Produk Modern: Produk elektronik, otomotif, dan peralatan rumah tangga semakin canggih, membutuhkan keahlian profesional untuk perbaikan.	1 Pembatasan Produsen: Produsen membatasi akses ke suku cadang, manual perbaikan, atau alat diagnostik untuk pihak ketiga.
2 Kurang Rentan Persaingan Impor: Jasa service umumnya harus dilakukan secara lokal, sehingga kurang terpengaruh langsung oleh impor produk jadi.	2 Manajemen Suku Cadang Kompleks: Memerlukan inventaris suku cadang yang beragam dan sulit diprediksi, atau ketergantungan pada pemasok eksternal.	2 Platform Online & Aplikasi: Memudahkan pelanggan menemukan jasa service, membuat janji, mendapatkan estimasi, dan memberikan ulasan.	2 Persaingan dari Service Center Produsen: Service center resmi produsen sering dianggap lebih terpercaya, meskipun mungkin lebih mahal.
3 Permintaan Saat Produk Rusak: Menciptakan permintaan alami saat produk mengalami masalah atau kegagalan fungsi.	3 Kurang Standardisasi: Harga, prosedur, dan kualitas layanan bisa sangat bervariasi antar penyedia jasa.	3 Ekspansi Layanan Terkait: Menawarkan jasa instalasi, upgrade, perawatan preventif, atau konsultasi.	3 Perubahan Teknologi Cepat: Produk baru membuat produk lama cepat usang, mengurangi kebutuhan service untuk model lama.

Tabel V.40. Pembobotan dan Skor Industri Jasa Perbaikan (*service*)

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Kebutuhan Esensial	0.12	4	0.48	
S2	Kurang Rentan Persaingan Impor	0.10	3	0.30	

S3	Permintaan Saat Produk Rusak	0.10	3	0.30	
Subtotal Strengths		0.32		1.08	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Sangat Bergantung pada Tenaga Kerja Terampil	0.12	2	0.24	
W2	Manajemen Suku Cadang Kompleks	0.10	2	0.20	
W3	Kurang Standardisasi	0.10	2	0.20	
Subtotal Weaknesses		0.32		0.64	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Kompleksitas Produk Modern	0.12	4	0.48	
O2	Platform Online & Aplikasi	0.10	3	0.30	
O3	Ekspansi Layanan Terkait	0.08	3	0.24	
Subtotal Opportunities		0.30		1.02	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Pembatasan Produsen	0.10	2	0.20	
T2	Persaingan dari Service Center Produsen	0.10	2	0.20	
T3	Perubahan Teknologi Cepat	0.08	2	0.16	
Subtotal Threats		0.28		0.56	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,30; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,64; untuk peluang (*opportunities*) 1,02 dan ancaman (*threats*) 0,56. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,32 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,20, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +1,12. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri tersebut memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal untuk pengembangannya.

V.3.21. Klaster Industri Karoseri

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri karoseri didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: adaptasi kondisi lokal, kemampuan kustomisasi serta industri pendukung lokal. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: bergantung pada produsen sasis, membutuhkan tenaga kerja terampil serta kontrol kualitas untuk proyek kustom. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: pertumbuhan transportasi publik, tren kendaraan listrik serta pasar peremajaan. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan dari kendaraan impor, ketersediaan dan harga sasis serta regulasi pemerintah yang ketat. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.41. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.42 berikut.

Tabel V.41. Analisis SWOT Industri Karoseri

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Adaptasi dengan Kondisi Lokal: Dapat merancang kendaraan yang lebih sesuai dengan kondisi jalan, iklim, atau regulasi spesifik di wilayah operasional.	1 Bergantung pada Produsen Sasis: Industri ini sangat bergantung pada pasokan dan spesifikasi sasis dari produsen otomotif.	1 Pertumbuhan Transportasi Publik: Urbanisasi dan kebijakan pemerintah yang mendukung transportasi publik meningkatkan permintaan bus.	1 Persaingan dari Kendaraan Impor: Kendaraan utuh (CBU) atau bodi kendaraan yang diimpor langsung dari luar negeri.
2 Kemampuan Kustomisasi Tinggi: Mampu merancang dan membangun bodi kendaraan sesuai kebutuhan spesifik pelanggan (kapasitas, fitur, desain).	2 Membutuhkan Tenaga Kerja Terampil Khusus: Membutuhkan keterampilan spesifik dalam pengelasan, metalworking, instalasi interior, dan sistem elektrik.	2 Tren Kendaraan Listrik: Pengembangan sasis kendaraan listrik membuka peluang untuk merancang bodi yang sesuai dan ringan.	2 Ketersediaan dan Harga Sasis: Kelangkaan pasokan sasis atau kenaikan harga dari produsen dapat menghambat produksi.
3 Mendukung Industri Pendukung Lokal: Membutuhkan pasokan dari industri lain seperti kaca, jok, sistem A/C, pencahayaan, dll.	3 Kontrol Kualitas untuk Proyek Kustom: Menjaga konsistensi kualitas pada setiap proyek kustom bisa menjadi tantangan.	3 Pasar Peremajaan (Refurbishment): Peluang untuk merenovasi atau memperbaiki bodi kendaraan lama agar terlihat baru dan memenuhi standar terkini.	3 Regulasi Pemerintah yang Ketat: Standar keselamatan (uji KIR), dimensi, berat, emisi, atau aturan lainnya yang terus berkembang.

Tabel V.42. Pembobotan dan Skor Industri Karoseri

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Adaptasi dengan Kondisi Lokal	0.10	4	0.40	

S2	Kemampuan Kustomisasi Tinggi	0.10	4	0.40	
S3	Mendukung Industri Pendukung Lokal	0.10	3	0.30	
Subtotal Strengths		0.30		1.10	
WEAKNESSES					<i>(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)</i>
W1	Bergantung pada Produsen Sasis	0.10	2	0.20	
W2	Mebutuhkan Tenaga Kerja Terampil Khusus	0.10	2	0.20	
W3	Kontrol Kualitas untuk Proyek Kustom	0.10	2	0.20	
Subtotal Weaknesses		0.30		0.60	
OPPORTUNITIES					<i>(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)</i>
O1	Pertumbuhan Transportasi Publik	0.10	4	0.40	
O2	Tren Kendaraan Listrik	0.10	4	0.40	
O3	Pasar Peremajaan (Refurbishment)	0.10	3	0.30	
Subtotal Opportunities		0.30		1.10	
THREATS					<i>(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)</i>
T1	Persaingan dari Kendaraan Impor	0.10	2	0.20	
T2	Ketersediaan dan Harga Sasis	0.10	2	0.20	

T3	Regulasi Pemerintah yang Ketat	0.10	2	0.20	
Subtotal Threats		0.30		0.60	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,10; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,60; untuk peluang (*opportunities*) 1,10 dan ancaman (*threats*) 0,60. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,20 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,20, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +1,00. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri tersebut memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal untuk pengembangannya.

V.3.22. Klaster Industri Mesin dan Aneka

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri mesin dan aneka didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: esensial bagi industri lain, mendukung tenaga kerja terampil serta menyediakan jasa purna jual. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: rentan peniruan desain, ketergantungan pada industri klien serta siklus penjualan panjang. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: pertumbuhan industri klien, substitusi impor serta peluang ekspor. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: perlambatan ekonomi global/nasional, perubahan teknologi cepat serta pemalsuan merk. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam

Tabel V.43. Analisis SWOT Industri Mesin dan Aneka

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Esensial bagi Industri Lain: Memproduksi barang modal (<i>capital goods</i>) dan peralatan yang dibutuhkan sebagai tulang punggung sektor manufaktur, pertanian, konstruksi, dan lainnya.	1 Rentan Peniruan Desain (IP): Desain dan teknologi inovatif rentan ditiru jika perlindungan hak kekayaan intelektual lemah.	1 Pertumbuhan Industri Klien: Ekspansi sektor manufaktur, pembangunan infrastruktur, pertanian modern, dan logistik meningkatkan permintaan mesin.	1 Perlambatan Ekonomi Global/Nasional: Resesi atau krisis ekonomi mengurangi investasi perusahaan di bidang manufaktur dan infrastruktur.
2 Mendukung Tenaga Kerja Terampil: Membutuhkan dan mengembangkan keahlian tinggi di bidang teknik mesin, listrik, manufaktur, dan perakitan.	2 Ketergantungan pada Industri Klien: Permintaan sangat bergantung pada kesehatan ekonomi dan tingkat investasi di sektor-sektor pengguna mesin.	2 Substitusi Impor: Peluang untuk memproduksi mesin atau komponen di dalam negeri yang sebelumnya hanya diimpor.	2 Perubahan Teknologi Cepat: Munculnya teknologi baru dapat membuat desain atau mesin yang sudah ada cepat ketinggalan zaman.
3 Menyediakan Jasa Purna Jual: Umumnya menyediakan layanan instalasi, pelatihan, perawatan, dan suku cadang, menciptakan pendapatan berulang.	3 Siklus Penjualan Panjang: Terutama untuk mesin-mesin besar dan kompleks, proses negosiasi dan penjualan bisa memakan waktu lama.	3 Peluang Ekspor: Mengekspor mesin atau komponen khusus ke negara-negara tetangga atau pasar berkembang lainnya.	3 Pemalsuan: Merek sabun populer rentan dipalsukan, merugikan produsen dan membahayakan konsumen.

Tabel V.43. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.44 berikut.

Tabel V.44. Pembobotan dan Skor Industri Mesin dan Aneka

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Esensial bagi Industri Lain	0.10	4	0.40	
S2	Mendukung Tenaga Kerja Terampil	0.10	4	0.40	
S3	Menyediakan Jasa Purna Jual	0.10	3	0.30	
Subtotal Strengths		0.30		1.10	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Rentan Peniruan Desain (IP)	0.10	2	0.20	
W2	Ketergantungan pada Industri Klien	0.10	2	0.20	
W3	Siklus Penjualan Panjang	0.10	2	0.20	
Subtotal Weaknesses		0.30		0.60	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Pertumbuhan Industri Klien	0.10	4	0.40	
O2	Substitusi Impor	0.10	4	0.40	
O3	Peluang Ekspor	0.10	3	0.30	
Subtotal Opportunities		0.30		1.10	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Perlambatan Ekonomi Global/Nasional	0.10	2	0.20	
T2	Perubahan Teknologi Cepat	0.10	2	0.20	

T3	Pemalsuan	0.10	2	0.20	
Subtotal Threats		0.30		0.60	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,10; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,60; untuk peluang (*opportunities*) 1,10 dan ancaman (*threats*) 0,60. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,20 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,20, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +1,00. Ini menunjukkan bahwa bentuk industri tersebut memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal untuk pengembangannya.

V.3.23. Klaster Industri Karangan Bunga

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri karangan bunga didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: memenuhi kebutuhan emosional, membangun hubungan pelanggan serta mendukung bisnis lokal. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: sangat bergantung pada ketersediaan bunga segar, manajemen stok sulit serta logistik pengiriman menantang. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: peningkatan permintaan saat acara, permintaan bunga berkelanjutan serta *workshop* & kelas merangkai. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: fluktuasi pasokan, sulitnya impor serta kerusakan saat pengiriman. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.45. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.46 berikut.

Tabel V.45. Analisis SWOT Industri Karangan Bunga

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1 Memenuhi Kebutuhan Emosional: Produk sangat relevan untuk berbagai momen penting dalam hidup (perayaan, duka cita, ucapan selamat, hadiah).	1 Sangat Bergantung pada Ketersediaan Bunga Segar: Kualitas dan pasokan bunga segar dipengaruhi oleh musim, cuaca, dan rantai pasok petani/supplier.	1 Peningkatan Permintaan untuk Berbagai Acara: Pertumbuhan jumlah acara (pernikahan, ulang tahun, acara korporat, wisuda) meningkatkan kebutuhan bunga.	1 Fluktuasi Pasokan & Harga Bunga: Kerusakan panen akibat cuaca buruk, hama, atau masalah rantai pasok dapat menyebabkan kelangkaan dan kenaikan harga bunga segar.
2 Membangun Hubungan Pelanggan: Layanan yang personal dan kualitas yang baik dapat menciptakan pelanggan setia.	2 Manajemen Stok Sulit: Sulit memprediksi permintaan secara akurat, berpotensi menyisakan bunga yang layu dan menjadi limbah.	2 Permintaan Bunga Berkelanjutan & Etis: Kesadaran konsumen terhadap asal usul bunga dan praktik pertanian yang ramah lingkungan.	2 Sulitnya Impor Bunga Tertentu: Regulasi, biaya, atau ketersediaan bunga impor spesifik bisa menjadi tantangan.
3 Mendukung Florist & Bisnis Lokal: Memberikan kontribusi pada ekonomi kreatif dan lapangan kerja di tingkat lokal.	3 Logistik Pengiriman Menantang: Membutuhkan penanganan hati-hati dan pengiriman cepat untuk menjaga kesegaran dan bentuk rangkaian.	3 Workshop & Kelas Merangkai Bunga: Menawarkan pengalaman dan edukasi sebagai sumber pendapatan tambahan.	3 Kerusakan Saat Pengiriman: Risiko produk rusak dalam perjalanan dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.

Tabel V.46. Pembobotan dan Skor Industri Karangan Bunga

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					<i>(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)</i>
S1	Memenuhi Kebutuhan Emosional	0.10	4	0.40	
S2	Membangun Hubungan Pelanggan	0.10	4	0.40	
S3	Mendukung Florist & Bisnis Lokal	0.10	3	0.30	
Subtotal Strengths		0.30		1.10	
WEAKNESSES					<i>(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)</i>
W1	Ketergantungan pada Ketersediaan Bunga Segar	0.10	2	0.20	
W2	Manajemen Stok Sulit	0.10	2	0.20	
W3	Logistik Pengiriman Menantang	0.10	2	0.20	
Subtotal Weaknesses		0.30		0.60	
OPPORTUNITIES					<i>(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)</i>
O1	Peningkatan Permintaan untuk Berbagai Acara	0.10	4	0.40	
O2	Permintaan Bunga Berkelanjutan & Etis	0.10	3	0.30	

O3	Workshop & Kelas Merangkai Bunga	0.10	3	0.30	
Subtotal Opportunities		0.30		1.00	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Fluktuasi Pasokan & Harga Bunga	0.10	2	0.20	
T2	Sulitnya Impor Bunga Tertentu	0.10	2	0.20	
T3	Kerusakan Saat Pengiriman	0.10	2	0.20	
Subtotal Threats		0.30		0.60	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 1,10; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,60; untuk peluang (*opportunities*) 1,00 dan ancaman (*threats*) 0,60. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 2,10 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,20, sehingga dihasilkan *net score* sebesar +0,90. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.3.24. Klaster Industri Pigura/Lukisan Kaca

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa industri pigura/lukisan kaca didapat beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) seperti: material serbaguna, dapat didaur ulang serta tahan lama dan stabil. Faktor yang menjadi kelemahan (*weakness*) seperti: mudah pecah, membutuhkan investasi modal besar serta proses produksi yang menghasilkan emisi. Faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) seperti: meningkatnya permintaan kemasan berkelanjutan, kemajuan teknologi serta kesadaran konsumen akan daur ulang. Sementara itu faktor ancaman (*threats*) seperti: persaingan material alternatif, fluktuasi harga serta persaingan impor. Masing-masing faktor tersebut diuraikan dalam Tabel V.47. Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, dilakukan pembobotan dan penilaian dengan hasil sebagaimana Tabel V.48 berikut.

Tabel V.47. Analisis SWOT Industri Pigura/Lukisan K

STRENGTHS (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)	OPPORTUNITIES (Peluang)	THREATS (Ancaman)
1. Material Serbaguna: Dapat digunakan untuk berbagai aplikasi (bangunan, otomotif, kemasan, elektronik, dll.).	1. Rapuh dan Mudah Pecah: Kaca rentan pecah, yang menimbulkan risiko cedera dan kerugian.	1. Meningkatnya Permintaan Kemasan Berkelanjutan: Tekanan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai meningkatkan minat pada kemasan kaca.	1. Persaingan dari Material Alternatif: Plastik, aluminium, baja, kayu, atau material komposit dapat menjadi pengganti kaca di berbagai aplikasi.
2. Dapat Didaur Ulang Tanpa Batas: Kaca dapat dilebur dan dibentuk kembali berkali-kali tanpa kehilangan kualitas intrinsiknya.	2. Membutuhkan Investasi Modal Besar: Pendirian dan operasional pabrik kaca memerlukan investasi yang sangat besar untuk tungku dan peralatan canggih.	2. Kemajuan Teknologi: Pengembangan kaca pintar (smart glass), kaca ultra-tipis, atau kaca yang lebih kuat membuka pasar baru.	2. Fluktuasi Harga Bahan Baku Utama: Harga pasir kuarsa, soda abu, batu kapur, dan bahan kimia lain dapat bergejolak.
3. Tahan Lama dan Stabil: Tidak mudah terdegradasi oleh waktu atau cuaca (kecuali dalam kondisi ekstrem).	3. Proses Produksi Menghasilkan Emisi: Emisi CO ₂ dari proses peleburan dan penggunaan bahan baku tertentu menjadi tantangan lingkungan.	3. Kesadaran Konsumen akan Daur Ulang: Dukungan publik terhadap daur ulang kaca dapat mendorong inisiatif keberlanjutan industri.	3. Persaingan Impor: Produk kaca dari negara lain dengan biaya produksi lebih rendah dapat mengancam pasar domestik.

Tabel V.48. Pembobotan dan Skor Industri Pigura/Lukisan

Kategori	Faktor SWOT	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B×R)	Keterangan
STRENGTHS					(Rating: 1 = kurang penting, 4 = sangat penting/kuat)
S1	Material Serbaguna	0.07	5	0.35	Bisa digunakan di banyak sektor
S2	Dapat Didaur Ulang Tanpa Batas	0.07	4	0.28	Ramah lingkungan & efisien bahan
S3	Tahan Lama dan Stabil	0.06	4	0.24	Tidak cepat rusak secara alami
Subtotal Strength		0.20		0.87	
WEAKNESSES					(Rating: 1 = sangat buruk, 4 = tidak terlalu lemah)
W1	Rapuh dan Mudah Pecah	0.08	5	0.40	Risiko keamanan & kerugian
W2	Membutuhkan Investasi Modal Besar	0.07	4	0.28	Pabrikasi mahal & teknologinya tinggi

W3	Proses Produksi Menghasilkan Emisi	0.05	3	0.15	Isu lingkungan
Subtotal Weakness		0.20		0.83	
OPPORTUNITIES					(Rating: 1 = kecil, 4 = sangat besar)
O1	Permintaan Kemasan Berkelanjutan	0.08	5	0.40	Daya tarik dibanding plastik
O2	Kemajuan Teknologi	0.07	4	0.28	Inovasi kaca cerdas & kuat
O3	Kesadaran Konsumen akan Daur Ulang	0.05	4	0.20	Mendukung keberlanjutan
Subtotal Opportunities		0.20		0.88	
THREATS					(Rating: 1 = sangat mengancam, 4 = tidak terlalu mengancam)
T1	Persaingan dari Material Alternatif	0.08	5	0.40	Banyak substitusi fungsional kaca
T2	Fluktuasi Harga Bahan Baku Utama	0.07	4	0.28	Risiko biaya produksi naik
T3	Persaingan Impor	0.05	4	0.20	Produk luar lebih murah
Subtotal Threats		0.20		0.88	

Dari tabel diatas diperoleh total skor tertimbang untuk kekuatan (*strengths*) 0,87; untuk kelemahan (*weaknesses*) 0,83; untuk peluang (*opportunities*) 0,88 dan ancaman (*threaths*) 0,88. Berdasarkan perhitungan didapat total positif (*strength + opportunity*) adalah 1,75 dan total negatif (*weakness + threat*) adalah 1,71, sehingga dihasilkan net score sebesar +0,04. Ini menunjukkan bahwa posisi bisnis cukup kuat dan peluang lebih besar daripada tantangannya.

V.4. Peluang Pengembangan Sentra Industri Kota Cirebon

Undang-Undang No.03 Tahun 2014 tentang Perindustrian Pasal 14 mengamanatkan agar Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah melakukan percepatan penyebaran dan pemerataan industri ke seluruh wilayah Indonesia, yang dilaksanakan melalui Pengembangan Perwilayahan Industri (PPI), pengembangan Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri (WPPI), pengembangan Kawasan Peruntukan Industri (KPI), pembangunan Kawasan Industri (KI) serta pengembangan Sentra Industri Kecil dan Industri Menengah (Sentra IKM). Pengembangan Sentra IKM dilakukan terhadap Sentra

IKM yang telah ada melalui berbagai kegiatan pembinaan dan revitalisasi, dan melaksanakan pembangunan Sentra IKM yang baru dengan perencanaan yang cermat dan pengelolaan yang tertata serta profesional.

Sentra IKM yang saat ini ada di berbagai daerah merupakan Sentra IKM yang tumbuh dan berkembang secara alamiah berdasarkan potensi sumber daya alam dan kemampuan sumberdaya manusia serta peluang pasar yang ada pada masing masing daerah. Berkumpulnya industri kecil dan menengah dalam Sentra IKM dapat memberikan nilai tambah bagi IKM misalnya memudahkan pembinaan, meningkatkan mutu, produktivitas dan daya saingnya melalui pengadaan fasilitas pendukung yang memadai serta pembinaan yang efektif.

Untuk melaksanakan amanat Undang-Undang No.3 Tahun 2014 tentang Perindustrian dan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) secara efektif, pemerintah membuat program pembangunan Sentra IKM yang dibina pemerintah dan dikelola secara profesional. Melalui pengelolaan Sentra IKM yang profesional diharapkan pembinaan, peningkatan mutu, efisiensi dan daya saing IKM dapat dilakukan secara optimal, serta mampu berperan signifikan dalam penguatan struktur industri nasional, pengentasan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja.

Seluruh pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dalam pembangunan Sentra IKM harus memiliki pemahaman yang sama tentang konsepsi pembangunan Sentra IKM. Konsepsi pembangunan Sentra IKM ini meliputi pengertian, prinsip-prinsip pembangunan Sentra IKM, tujuan pembangunan Sentra IKM serta sarana dan prasarana minimal yang harus ada dalam Sentra IKM sehingga pelaksanaan pembangunan Sentra IKM terlaksana secara efektif dan berkualitas.

Pembangunan Sentra IKM dilaksanakan dengan pendekatan yang menyeluruh dan komprehensif serta mengintegrasikan semua sumber daya yang tersedia dengan memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Ramah lingkungan;
2. Pemanfaatan potensi sumber daya lokal;
3. Efisien dan efektif; dan
4. Profesional.

Pembangunan Sentra IKM harus mengacu pada ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang secara substansi merupakan arahan yang diamanatkan untuk dijalankan, seperti:

1. Undang-Undang No.3 Tahun 2014 tentang Perindustrian;
2. Undang-Undang No.23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. PP No.26 Tahun 2008 tentang RTRW Nasional yang terakhir kali diubah melalui PP No.13 Tahun 2017 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2008 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional.
4. PP No.14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional.

Pembangunan Sentra IKM harus memenuhi persyaratan yaitu:

1. Industri yang dikembangkan di dalam Sentra IKM merupakan bagian dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) atau Rencana Pembangunan Industri Kota (RPIK) sehingga menjadi bagian dari program peningkatan perekonomian dan daya saing daerah yang berkelanjutan melalui APBD.
2. Terdapat minimal 10 IKM yang sudah ada/eksisting yang membuat surat pernyataan bersedia masuk kedalam sentra IKM yang dibangun.
3. Minimal tersedia lahan seluas 5000 (lima ribu) m² dimiliki oleh Pemerintah Daerah yang dibuktikan dengan dokumen legalitas kepemilikan lahan oleh Pemda. Lahan tersebut berada dalam satu hamparan di lokasi KPI atau lokasi yang direncanakan menjadikan lahan tersebut layak untuk pembangunan fisik Sentra IKM.

Pembangunan Sentra IKM harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Jenis Industri yang diutamakan masuk ke dalam Sentra IKM adalah industri yang:
 - a. Mendukung industri prioritas nasional, dan/atau
 - b. Mendukung industri besar atau kawasan industri, dan/atau
 - c. Berpotensi mencemari lingkungan hidup yang berdampak luas, dan/atau
 - d. Merupakan IKM unggulan daerah atau kompetensi inti daerah (KIID) atau menjadi prioritas pembangunan industri di daerah.
2. Lokasi yang direncanakan untuk pembangunan Sentra IKM harus memenuhi kriteria guna tercapainya efektifitas dan efisiensi pelaksanaan pembangunan Sentra IKM, yaitu tersedianya akses jalan, air bersih, energi listrik, serta daya dukung infrastruktur yang disediakan oleh Pemerintah Daerah.
3. Perencanaan sarana dan fasilitas pendukung yang dibangun di dalam Sentra IKM merupakan satu kesatuan terpadu dan saling bersinergi secara optimal.

Pola pengembangan Sentra IKM merupakan rencana induk pembangunan Sentra IKM, yang meliputi: rencana strategis (renstra) pengembangan IKM, tahapan pengembangan (road map) Sentra IKM, pola kelembagaan, business plan dan site plan. Pola pengembangan Sentra IKM disusun secara sistematis dengan memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Keselarasan dengan pengembangan Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri dan/atau potensi daerah.
2. Jenis dan jumlah IKM yang akan dikembangkan dalam Sentra IKM.
3. Infrastruktur utama dan pendukung aktivitas di dalam Sentra IKM.
4. Kelembagaan pengelola Sentra IKM
5. Tata kelola Sentra IKM yang efektif, efisien, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan

Pengelolaan dan Pembinaan Sentra IKM harus dilakukan dengan pendekatan menyeluruh dan komprehensif serta mengintegrasikan semua sumberdaya Sentra yang tersedia dengan memperhatikan prinsip-prinsip: efektif, efisien, memanfaatkan sumberdaya lokal, dan berkelanjutan serta berorientasi jangka panjang, sehingga tujuan

dibangunnya Sentra IKM dan masuknya IKM ke dalam Sentra IKM dapat tercapai. Sentra IKM yang dibangun dengan perencanaan (*by design*) dicirikan dengan adanya pengelola sentra yang profesional, yang merupakan pembeda yang nyata dengan sentra tradisional yang berkembang dengan sendirinya di masyarakat.

Pengelolaan Sentra IKM

Pengelolaan Sentra IKM harus dilakukan secara profesional agar Sentra IKM berjalan efektif dan efisien sesuai prinsip tata kelola yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Pengelolaan Sentra IKM dilakukan oleh suatu lembaga Pengelola Sentra untuk menata, mengatur dan menjalankan fungsi manajemen Sentra IKM. Tugas dan fungsi Pengelola Sentra IKM antara lain adalah:

1. Pengelolaan sarana dan prasarana di dalam Sentra IKM (jalan, jaringan penerangan umum, drainase, IPAL, kebersihan dan kenyamanan lingkungan)
2. Pengelolaan fasilitas bersama di dalam sentra;
3. Pengembangan bisnis, promosi, kemitraan dan jejaring usaha
4. Pengamanan lingkungan sentra IKM
5. Pelaporan, penataan administrasi dan keuangan.

Pengelola Sentra IKM merupakan pembina, bukan pesaing IKM, sehingga program dan kegiatan yang dijalankan oleh Pengelola Sentra IKM sifatnya untuk meningkatkan dan mengembangkan IKM.

1. **Pembentukan Lembaga Pengelola Sentra IKM**
Pemerintah Daerah menetapkan bentuk kelembagaan yang sesuai dengan kebijakan Pemerintah Daerah maupun kebijakan Pemerintah Pusat. Pada dasarnya, bentuk lembaga pengelola sentra dapat disesuaikan dengan kondisi dan kebijakan masing-masing daerah. Ada beberapa bentuk kelembagaan yang dapat dipilih oleh Pemerintah Daerah untuk mengelola Sentra IKM yaitu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) dan Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD).
2. **Tugas dan Fungsi Pengelola Sentra IKM sesuai dengan bentuk Lembaga Pengelola Sentra IKM yang ditetapkan oleh Bupati/Walikota, serta struktur organisasi yang dirancang.** Struktur organisasi yang dirancang minimal mencakup aspek teknis, bisnis, dan tata kelola untuk mencapai peran yang diharapkan dari Pengelola Sentra IKM.
3. **SDM Pengelola Sentra IKM**
Pengelola Sentra IKM merupakan modal utama dan sumber daya penggerak organisasi untuk tercapainya visi, misi dan tujuan pembangunan Sentra IKM. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan kualifikasi Pengelola Sentra IKM yang sesuai dengan bentuk lembaga Pengelola Sentra IKM yang ditetapkan Kepala Daerah. SDM Pengelola Sentra IKM wajib memiliki kualifikasi yang profesional di bidangnya, memiliki kompetensi yang sesuai dengan tugas dan fungsi yang diembannya, sehat jasmani, rohani serta memenuhi kualifikasi lainnya yang dipersyaratkan oleh Pemerintah Daerah.

Pembinaan Sentra IKM

Pembinaan Sentra IKM bertujuan untuk mendorong kinerja pengelola dan tenant Sentra IKM, sehingga dapat berjalan secara profesional dan berkesinambungan. Pembinaan Sentra IKM dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, lembaga masyarakat atau pemangku kepentingan lainnya. Beberapa upaya yang harus dilakukan dalam upaya pembinaan Sentra IKM adalah:

1. Pembinaan terhadap Pengelola Sentra IKM;
2. Pembinaan terhadap *tenant* IKM;

V.6. Rencana Program Pembangunan dan Pengembangan Sentra Industri Kota Cirebon

Dalam upaya pembangunan dan pengembangan Sentra Industri (Kecil dan Menengah) di Kota Cirebon terdapat beberapa program yang perlu dilakukan, seperti:

1. Penyusunan Rencana Induk Pembangunan dan Pengembangan Sentra IKM;
Rencana induk tersebut menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dan masyarakat dalam membangun dan mengembangkan Sentra IKM.
2. Penyediaan Lahan Pembangunan Sentra IKM;
Dalam tahapan ini Pemerintah Daerah Kota Cirebon perlu melakukan: pendataan awal, sosialisasi, penetapan dan pembayaran ganti rugi serta pelepasan hak dan penyerahan lahan.
3. Penyusunan Dokumen Lingkungan;
Dalam tahapan ini Pemerintah daerah Kota Cirebon perlu membuat dokumen yang menjelaskan bagaimana pengelolaan dan pemantauan lingkungan pada kegiatan yang berpotensi menimbulkan dampak terhadap lingkungan
4. Penyusunan Masterplan dan DED Sentra Industri;
Masterplan adalah rencana strategis jangka panjang yang memberikan gambaran menyeluruh tentang pengembangan suatu kawasan Sentra Industri. Sementara DED merupakan dokumen teknis yang menjadi acuan utama dalam tahap konstruksi di lapangan.
5. Pembangunan Fisik Sentra IKM;
Tahapan ini merupakan pembangunan konstruksi sarana produksi IKM dan sarana penunjang Sentra IKM.
6. Penguatan Kapasitas Kelembagaan.
Dalam tahapan ini terdapat 3 (tiga) bentuk kegiatan, yaitu:
 - a. Pelatihan Sumber Daya Manusia dan Daya Saing IKM;
Dalam pelatihan ini terdapat beberapa bentuk program, seperti:
 1. Pelatihan Pengelolaan Manusia dan Daya Saing IKM;
 2. Pelatihan Teknis Produksi;
 3. Pendampingan, Pengembangan dan Diversifikasi Produk;
 4. Pendampingan Penerapan Standarisasi dan Sertifikasi Produk;
 5. Fasilitasi Sertifikasi Tingkat Komponen Dalam negeri (TKDN) untuk IKM
 - b. Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Sentra IKM;
Dalam peningkatan ini terdapat beberapa bentuk program, seperti:
 1. Workshop Manajemen Mutu dan Pengelolaan Sentra IKM;

2. Pendampingan Operator Unit Pelayanan Teknis/Rumah Kemasan;
 3. Penyusunan Kajian Layanan Proses Bisnis dan Kelembagaan Sentra IKM; dan
 4. Penyusunan Masterplan Pengembangan Sentra IKM.
- c. Pengembangan Akses Pasar dan Kemitraan IKM.
- Dalam pengembangan ini terdapat beberapa bentuk program, seperti:
1. Pengembangan Akses Pasar dan Kemitraan IKM;
 2. Promosi dan Temu Bisnis;
 3. Penguatan Akses Bahan Baku untuk Memenuhi Standar Kemitraan.

Tabel V.49. Program Pembangunan dan Pengembangan Sentra Industri

No.	PROGRAM
A.	Penyusunan Rencana Induk Pembangunan dan Pengembangan Sentra IKM
B.	Penyediaan Lahan Pembangunan Sentra IKM
	1. Pendataan Awal
	2. Sosialisasi
	3. Penetapan dan Pembayaran Ganti Rugi
	4. Pelepasan Hak dan Penyerahan Lahan
C.	Penyusunan Dokumen Lingkungan
	1. Pembuatan Dokumen UKL-UPL
D.	Penyusunan Masterplan dan DED Sentra Industri
	1. Pembuatan Masterplan Sentra IKM
	2. Pembuatan DED Sentra IKM
E.	Pembangunan Fisik Sentra IKM
	1. Pembangunan Sarana Produksi IKM
	2. Pembangunan Sarana Penunjang Sentra IKM
F.	Penguatan Kapasitas Kelembagaan
	1. Peningkatan SDM dan Daya Saing IKM
	2. Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Sentra IKM
	3. Pengembangan Akses Pasar dan Kemitraan Sentra IKM

Bentuk program pembangunan dan pengembangan Sentra IKM termasuk tahapannya dapat dilihat pada tab

Tabel V.50. Tahapan Program Pembangunan dan Pengembangan Sentra Industri Kota Cirebon

No.	TAHAPAN	TAHUN					PIHAK TERKAIT
		2026	2027	2028	2029	2030	
A.	Penyusunan Rencana Induk Pembangunan dan Pengembangan Sentra IKM						DKUKMPP, Bappelitbangda
							DKUKMPP, Bappelitbangda
B.	Penyediaan Lahan Pembangunan Sentra IKM						BPKPD, DKUKMPP, DPUTR, Bappelitbangda
	1 Pendataan Awal						BPKPD, DKUKMPP
	2 Sosialisasi						DKUKMPP
	3 Penetapan dan Pembayaran Ganti Rugi						BPKPD
	4 Pelepasan Hak dan Penyerahan Lahan						BPKPD
C.	Penyusunan Dokumen Lingkungan						DLH, DPUTR
	Pembuatan Dokumen UKL-UPL						DLH
D.	Penyusunan Masterplan dan Detail Engineering Design (DED)						DPUTR, DKUKMPP, Bappelitbangda
	1 Pembuatan Masterplan Pembangunan Sentra Industri						DKUKMPP, Bappelitbangda
	2 Pembuatan DED Pembangunan Sentra Industri						DPUTR, Bappelitbangda
E.	Pembangunan Fisik Sentra IKM						DPUTR, DKUKMPP
	1 Pembangunan Sarana Produksi						DPUTR
	2 Pembangunan Sarana Penunjang Sentra IKM						DPUTR
F.	Penguatan Kapasitas Kelembagaan						DKUKMPP, Disnaker, Perguruan Tinggi, Perbankan
	1 Peningkatan Sumber Daya Manusia dan Daya Saing IKM						DKUKMPP, Disnaker, Perguruan Tinggi
	a Pelatihan Pengelolaan Bisnis dan Manajemen Wirausaha						Perguruan Tinggi, Perbankan
	b Pelatihan Teknis Produksi						DKUKMPP, Perguruan Tinggi
	c Pendampingan, Pengembangan dan Diversifikasi Produk						DKUKMPP, Perguruan Tinggi
	d Pendampingan Penerapan Standarisasi dan Sertifikasi Produk						BSN, LSPro, BPOM, MUI
	e Fasilitasi Sertifikasi Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) untuk Industri Kecil						Kemenperin, LVI
	2 Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Sentra IKM						DKUKMPP, Disnaker
	a Workshop Manajemen Mutu dan Pengelolaan Sentra IKM						Kemenperin
	b Pendampingan Operator Unit Pelayanan Teknis/Rumah Kemas						DKUKMPP, Perguruan Tinggi
	c Penyusunan Kajian Layanan Proses Bisnis dan Kelembagaan Sentra IKM						Kemenperin
	d Penyusunan Masterplan Pengembangan Sentra IKM						DKUKMPP
	3 Pengembangan Akses Pasar dan Kemitraan IKM						DKUKMPP, Disnaker
	a Pengembangan Akses Pasar dan Kemitraan Sentra IKM						DKUKMPP, Disnaker
	b Promosi dan Temu Bisnis						DKUKMPP, Disnaker, Perguruan Tinggi, Perbankan
	c Penguatan Akses Bahan Baku untuk Memenuhi Standar Kemitraan						DKUKMP

VI.1. Kesimpulan

Pemetaan klaster industri Kota Cirebon yang dilakukan melalui kajian ini adalah salah satu bentuk tahapan pengembangan klaster selain implementasi, evaluasi dan penyesuaian ke depan. Dalam kajian ini bukan mengidentifikasi klaster industri saja, tetapi menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan (SWOT) dari klaster-klaster tersebut. Mengingat Karakter kota Cirebon yang telah bergeser menjadi pusat perdagangan dan jasa serta lebih banyak hadir bentuk industri kecil, maka klaster industri yang dikaji adalah industri kecil.

Kaitan antara industri dan klaster industri sangat erat, karena klaster industri merupakan bentuk pengelompokan dari aktivitas industri yang saling terhubung dalam suatu wilayah tertentu. Klaster industri adalah konsentrasi geografis dari perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor industri yang sama atau saling terkait, termasuk pemasok, distributor, penyedia jasa, lembaga riset, dan institusi pendukung lainnya. Berdasarkan pemahaman tersebut, dapat diambil kaitan cukup erat antara industri dengan klaster industri itu sendiri.

- a. Industri sebagai komponen utama. Klaster industri terdiri dari berbagai jenis industri, baik industri inti (*core industry*) maupun industri lainnya.
- b. Sinergi dan kolaborasi: Dalam klaster, industri-industri saling berbagi informasi, teknologi, dan sumber daya, sehingga meningkatkan efisiensi dan inovasi.
- c. Peningkatan daya saing: Klaster industri memperkuat posisi industri dalam pasar melalui kolaborasi dan spesialisasi.
- d. Pertumbuhan ekonomi lokal: Klaster industri mendorong pertumbuhan wilayah karena menciptakan lapangan kerja, menarik investasi, dan memperkuat jaringan usaha.

Model generik klaster industri merupakan komposisi antara industri inti, industri pemasok, pembeli, industri pendukung, industri terkait, hingga institusi pendukung. Industri inti merupakan pusat aktivitas utama dalam klaster, berupa kegiatan usaha atau sektor yang menghasilkan produk akhir. Industri pemasok adalah yang menyediakan bahan baku, komponen, atau jasa yang dibutuhkan oleh industri inti. Pembeli adalah pihak yang membeli produk dari industri inti, bisa berupa distributor, pengecer, atau konsumen akhir. Industri pendukung Industri yang menyediakan layanan atau produk pelengkap, seperti logistik, perbankan, pelatihan, atau teknologi. Industri terkait Industri yang beroperasi dalam sektor berbeda tetapi memiliki keterkaitan, seperti menggunakan infrastruktur atau pasar yang sama. Sementara institusi pendukung adalah lembaga yang berperan dalam pengembangan kapasitas, regulasi, dan inovasi seperti: perguruan tinggi/lembaga riset, pemerintah daerah, asosiasi industri, dan inkubator bisnis. Semua elemen ini seharusnya membentuk rantai nilai yang saling terhubung dan memperkuat daya saing klaster secara keseluruhan.

Namun, dari hasil pengamatan di lapangan terhadap beberapa bentuk industri kecil, keterkaitan antara industri inti, industri pemasok, pembeli, industri pendukung, industri terkait, hingga institusi pendukung tidak begitu kuat. Meskipun demikian pada beberapa bentuk industri ditemukan keterkaitan (*linkage*) yang melibatkan ragam industri dalam suatu klaster seperti: makanan basah, makanan kering, kerajinan tangan (*handycraft*), jasa bengkel, jasa percetakan, pakaian, pembuatan karangan bunga, pembuatan beton. Pada beberapa bentuk industri ditemukan kumpulan (*spatial*) yang membentuk kawasan/area tertentu seperti: makanan basah/kering, jasa percetakan, pembuatan beton serta pembuatan karangan bunga. Integrasi antara aspek ruang (*spatial*) dan keterkaitan (*linkage*) pada industri tersebut memungkinkan pihak Pemerintah Kota membuat Sentra Industri di wilayahnya.

Sentra industri adalah suatu kawasan atau lokasi yang menjadi tempat berkumpulnya industri, dalam hal ini industri kecil yang menghasilkan produk sejenis, menggunakan bahan baku serupa, atau menjalankan proses produksi yang sama. Beberapa bentuk industri di Kota Cirebon memungkinkan dibuat menjadi sentra industri karena memiliki ciri khas terkait spesialisasi produk, pemanfaatan sumber daya lokal, penggunaan fasilitas bersama serta menjadi pusat pertumbuhan ekonomi lokal.

VI.2. Saran

Pembangunan Sentra IKM merupakan instrumen dalam meningkatkan nilai tambah produk dan daya saing, sehingga Pemerintah Kota Cirebon sebaiknya segera menyusun dokumen Rencana Pembangunan dan Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah (IKM)

Keberhasilan pembangunan Sentra IKM memerlukan dukungan dan komitmen semua pihak secara konsisten dan berkesinambungan baik dari Pemerintah Pusat, pemerintah Daerah, dunia usaha dan instansi terkait lainnya, sehingga kolaborasi dari berbagai pihak menjadi penting untuk mewujudkannya.

Pembuatan dan Pengembangan Sentra IKM seharusnya menjadi salah satu program dalam Rencana Pembangunan Industri Kota (RPIK) Cirebon karena karakteristik daerah yang telah bergeser menjadi pusat perdagangan dan jasa serta pertumbuhan dan perkembangan industri besar yang sangat terbatas di Kota Cirebon.

Pembangunan dan Pengembangan Sentra IKM sebaiknya menjadi bagian dalam perencanaan kota yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Cirebon. Pembangunan dan pengembangan Sentra IKM menjadi upaya mencapai visi "Mewujudkan Kota Cirebon yang Sejahtera, Tertata, Aspiratif, Religius, Aman dan Berkelanjutan Tahun 2029" serta selaras dengan Misi ke-2 "Meningkatkan Produktifitas Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal" dengan tujuan mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan melalui penguatan sektor unggulan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Artono, Arief. Almira, Dea. Rebrianti, Rhaeni. Yudho, Eko. *Arahan Pengembangan Klaster Industri-Ekonomi Wilayah Kabupaten Muaro Jambi*. 2018.
- Erika. *Formulasi Strategi Pengembangan dan Penguatan Klaster Industri*. Jurnal PASTI Vol.X No.2, 2019, Hal 161-176.
- Herispon. Hendriyani. *Kontribusi dan Eksistensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jurnal Daya Saing, Vol 7 No.1, 2021, Hal 44-56.
- Marijan, Kacung. *Mengembangkan Industri Kecil Menengah melalui Pendekatan Kluster*. Jurnal INSAN Vol7 No.3, 2005, Hal 216-225.
- Maulida, Sri. Yunani, Ahmad. *Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari Berbagai Aspek Ekonomi*. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, Vol.2 No.1, 2017, Hal 181-197.
- Nugroho, Bhinukti Prapto. *Panduan Pengembangan Klaster Industri*. Pusat Pengkajian Kebijakan Inovasi Teknologi, Deputi Bidang Pengkajian Kebijakan Teknologi Badan pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT), 2011.
- Odah. *Model Kelembagaan Pengelolaan Klaster Industri Studi Kasus Kawasan Industri di Cikarang Kabupaten Bekasi*. Jurnal Ethos, VOL.7 No.1, 2019, Hal 28-45.
- Papilo, Petir. Bantacut, Tajuddin. *Klaster Industri sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Bioenergi berbasis Kelapa Sawit*. Jurnal Teknik Industri, Vol.XI No.2, 2016, Hal 87-96.
- Ramadiartha, I Gede Made. Ariyanti, Oky Dwi. Azarine, Retno Yuniar. Naibaho, Angelina Rointan. Ariawan, Alfian Haris. *Konsep Klaster Industri untuk Pengembangan Industri Mebel Kabupaten Jepara*. Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2017.
- Setiadi, Hafid. *Geography of Innovation dan Klaster Industri: Studi Kasus Industri Pakan ternak di Jakarta Utara*. Jurnal Geografi Vo.1 No.2, 2008.
- Suhendra, Indra. Anwar, Cep Jani. *Kajian Pembentukan Sentra Usaha Kecil Menengah*. Bagian Perekonomian Sub bagian Pengembangan Usaha Daerah Setda Kota Tangerang Selatan, 2013.

Produk Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2024 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang nasional Tahun 2025-2045.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional Tahun 2015-2035.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perindustrian.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2024 tentang Perwilayahan Industri.