



KONTRAK PENELITIAN
Hibah Penelitian (Research Grant) IDB-UNTIRTA
Bagi Dosen Perguruan Tinggi
Universitas Sultian Ageng Tirtayasa
Tahun Anggaran 2018
Nomor : 593 /UN43.9/PL/2018

Padahariini **Kamis**, tanggal **Tiga Puluh Satu** bulan **Mei** tahun **Dua Ribu Delapan Belas**, kami yang bertandatangan dibawah ini :

- 1. Dr. H. Benny Irawan, SH, MH, M.Si** : **Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat** Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang berkedudukan di Serang, untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
- 2. Dr. H. Fauji Sanusi, Drs., MM.** : Sebagai **Ketua Pelaksana Penelitian Tahun Anggaran 2018** di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang berkedudukan di Serang, untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**

Kontrak **Hibah Penelitian (Research Grant) IDB-UNTIRTA Tahun Anggaran 2018** berdasarkan kepada :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2003, tentang Keuangan Negara.
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional.
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 01 Tahun 2004, tentang Perbendaharaan Negara.
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2004, tentang Pemeriksaan dan Tanggung Jawab Keuangan Negara.
5. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
6. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2012, tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
7. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 106/PMK.02/2016 Tentang Estándar Biaya Keluaran Tahun Anggaran 2017

8. Keputusan Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Nomor : 418/UN43/PP/SK/2018 tentang Penerima Pendanaan (Research Grant) IDB Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Tanggal 11 Mei 2018
9. Perjanjian Kerjasama antara Project Implementation Unit Islamic Development Bank (PIU IDB) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Nomor 0103/UN43/IDB/TU/2016 dan Nomor 0103/UN43.9/PK/2016 tentang Pelaksanaan Hibah Penelitian Perguruan Tinggi Proyek Pengembangan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sebagai Pusat Unggulan Food Security untuk Memperkuat Daya Saing Bangsa
10. Panduan Penelitian di lingkungan Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi XI tahun 2017
11. Panduan Pelaksanaan Hibah Penelitian Perguruan Tinggi Proyek Pengembangan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Sebagai Pusat Unggulan Food Security Untuk Memperkuat Daya Saing Bangsa Tahun 2018

PIHAK PERTAMA dan **PIHAK KEDUA** secara bersama-sama bersepakat mengikatkan diri dalam suatu Perjanjian Pelaksanaan Hibah Penelitian dengan ketentuan dan syarat-syarat diatur dalam Pasal-Pasal berikut :

Pasal 1 **Ruang Lingkup Kontrak**

PIHAK PERTAMA memberi tugas kepada **PIHAK KEDUA**, dan **PIHAK KEDUA** menerima tugas tersebut untuk melaksanakan penelitian dengan Judul: **Pemetaan Inovasi Produk Hasil Olahan Pertanian dan Perikanan Pada Usaha Kecil dan Menengah Di Provinsi Banten**, sesuai dengan program kerja yang telah disetujui oleh pihak Direktorat Jenderal Sumberdaya Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Pendidikan Tinggi Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi sebagaimana dimaksud dalam Panduan Penelitian di Lingkungan Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi XI tahun 2017 dan Panduan Pelaksanaan Hibah Penelitian Perguruan Tinggi Proyek Pengembangan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Sebagai Pusat Unggulan Food Security Untuk Memperkuat Daya Saing Bangsa Tahun 2018

Pasal 2 **Dana Penelitian**

- (1) **PIHAK PERTAMA** memberikan dana untuk kegiatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 sebesar **Rp. 47.000.000,- (Empat puluh Juta Rupiah)** yang dibayarkan melalui Bendahara Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- (2) **Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1)** di bebaskan kepada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Direktorat Jenderal Sumber daya Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Nomor: SP DIPA – 042 05 2 401496/2018, tanggal 05 Desember 2017

Pasal 3
Tata Cara Pembayaran Penelitian

(1) Dana pelaksanaan Hibah sebagaimana dimaksud pada pasal 2 ayat (1) dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** secara bertahap dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Pembayaran Tahap Pertama sebesar 70% dari total bantuan dana kegiatan yaitu $70\% \times \text{Rp. 47.000.000,-} = \text{Rp. 32.900.000,-}$ (**Tiga Puluh Dua Juta Sembilan Ratus Ribu Rupiah**) dibayarkan setelah penandatanganan kontrak.
- b) Pembayaran Tahap Keduasebesar 30% dari total bantuan dana kegiatan yaitu $30\% \times \text{Rp. 47.000.000,-} = \text{Rp. 14.100.000,-}$ (**Empat Belas Juta Seratus Ribu Rupiah Rupiah**) dibayarkan setelah **PIHAK KEDUA** memenuhi semua persyaratan selambat-lambatnya tanggal **15 November 2018** yang terdiri dari:
 1. Laporan Kemajuan Pelaksanaan Hibah Penelitian;
 2. Laporan Penggunaan Keuangan 70% yang telah dilaksanakan;
 3. Berita Acara Serah Terima Laporan Kemajuan Pelaksanaan;
 4. Berita Acara Serah Terima Laporan Penggunaan Keuangan 70%.

Dan selambat-lambatnya tanggal **15 Desember 2018** dokumen-dokumen di bawah ini dilengkapi:

1. Laporan Akhir Pelaksanaan Hibah Penelitian;
2. Bukti output luaran;
3. Laporan Penggunaan Keuangan 100% yang telah dilaksanakan;
4. Berita Acara Serah Terima Laporan Akhir Pelaksanaan;
5. Berita Acara Serah Terima Laporan Penggunaan Keuangan 100%.

(2) Dana Hibah Penelitian sebagaimana dimaksud Pasal 2 ayat (1) dibayarkan kepada :

Nama Ketua Peneliti : **Dr. H. Fauji Sanusi, Drs., MM.**
Nomor Rekening : **0716531654**
Nama penerima pada rekening :
Nama Bank : **BNI**
Alamat Bank : **Jl Veteran No 49**
Kota : **Kota Serang**
NPWP Ketua Peneliti : **05.806.292.417.000**
Nomor KTP Ketua Peneliti : **3672062608600001**

(3) **PIHAK PERTAMA** tidak bertanggungjawab atas keterlambatan dan/atau tidak terbayarnya sejumlah dana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat

(1) yang disebabkan karena kesalahan **PIHAK KEDUA** dalam mengisi data peneliti, nama bank, nomor rekening, alamat, dan persyaratan lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan.

Pasal 4 Jangka Waktu

Jangka waktu pelaksanaan penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 sampai selesai 100%, adalah terhitung sejak dikeluarkannya Keputusan Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Nomor : 418/UN43/PP/SK/2018 tentang Penerima Hibah Penelitian Proyek 4 in 1 Islamic Development Bank - Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Tanggal 11 Mei 2018.

Pasal 5 Target Luaran

(1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk mencapai target luaran yang merupakan hasil pekerjaan pada pasal 1 di atas berupa:

Pada PENELITIAN DASAR UNGGULAN IPTEK (PDUI); Luaran wajib berupa Publikasi artikel ilmiah pada minimal Jurnal nasional terakreditasi dan atau proceeding internasional terindeks scopus (minimal telah diterima). Pilihan (minimal satu) berupa Model dan atau Kebijakan dan atau Buku ajar; khususnya dibidang pengembangan penelitian-penelitian dasar. sebagaimana dijanjikan oleh **PIHAK KEDUA** dalam usulan penelitiannya.

Pada PENELITIAN LANJUTAN UNGGULAN IPTEK (PLUI); Luaran wajib berupa Publikasi artikel ilmiah pada Jurnal internasional bereputasi (minimal telah diterima). Pilihan (minimal satu) berupa Prototype dan atau Buku ajar dan atau HKI (Paten, Paten sederhana, Hak cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain produk industri, Indikasi geografis, Perlindungan varietas tanaman, atau Perlindungan topografi sirkuit terpadu) dengan TKT 4-6 dan atau Teknologi Tepat Guna disertai pedoman penerapannya; khususnya dibidang pengembangan penelitian-penelitian lanjutan Iptek. sebagaimana dijanjikan oleh **PIHAK KEDUA** dalam usulan penelitiannya.

(2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk melaporkan perkembangan pencapaian target luaran seperti yang dimaksud pada ayat (1) kepada **PIHAK PERTAMA**.

(3) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk memenuhi target luaran yang telah dijanjikan yang dituangkan dalam pengajuan proposal sebagaimana dimaksud pada Pasal 1.

Pasal 6 Laporan Pelaksanaan Penelitian

(1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** Bukti Luaran Penelitian, Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP), laporan Hasil Penelitian dan Laporan penggunaan anggaran sesuai dengan jumlah dana yang diberikan **PIHAK PERTAMA** yang tersusun secara sistematis

sesuai dengan pedoman yang ditentukan **PIHAK PERTAMA** dan sesuai dengan Pasal 3 mengenai Tata Cara Pembayaran Penelitian

- (2) Laporan hasil pelaksanaan Hibah Penelitian tersebut pada ayat (1) di atas harus memenuhi ketentuan sebagaimana tercantum pada Buku Panduan Pelaksanaan Hibah Penelitian Perguruan Tinggi Proyek Pengembangan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Sebagai Pusat Unggulan Food Security Untuk Memperkuat Daya Saing Bangsa Tahun 2018

Pasal 7

Hak dan Kewajiban Para Pihak

- (1) Hak dan Kewajiban **PIHAK PERTAMA** :
 - a. **PIHAK PERTAMA** berhak untuk mendapatkan dari **PIHAK KEDUA** luaran penelitian sebagaimana yang dimaksud pada pasal 5 dan Pasal 6
 - b. **PIHAK PERTAMA** berkewajiban untuk memberikan dana penelitian kepada **PIHAK KEDUA** dengan jumlah sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 2 dan dengan tatacara pembayaran sebagaimana dimaksud pada Pasal 3
- (2) Hak dan Kewajiban **PIHAK KEDUA**:
 - a. **PIHAK KEDUA** berhak menerima dana penelitiandari **PIHAK PERTAMA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2
 - b. **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyalurkan kepada **PIHAK PERTAMA** luaran penelitian sebagaimana yang dimaksudkan pada Pasal 5 dan Pasal 6
 - c. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk bertanggungjawab dalam penggunaan dana penelitian yang diterimanya sesuai dengan proposal kegiatan yang telah disetujui
 - d. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** laporan penggunaan anggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dan Pasal 6
 - e. **PIHAK KEDUA** bertanggungjawab mutlak dalam pembelanjaan dana penelitian sesuai dengan proposal kegiatan yang telah disetujui dan berkewajiban untuk menyimpan semua bukti-bukti pengeluaran sesuai dengan jumlah dana yang diberikan oleh **PIHAK PERTAMA**berpedoman kepada prinsip-prinsip dan/atau kaidah Hibah Penelitian dan pengelolaan keuangan Negara.
 - f. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyimpan Laporan pelaksanaan Hibah Penelitian dan laporan pertanggungjawaban keuangan kegiatan.
 - g. **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengembalikan sisa dana yang tidak dibelanjakan ke Kas Negara.

Pasal 8

Monitoring dan Evaluasi

- (1) **PIHAK PERTAMA** dalam rangka pengawasan akan melakukan monitoring dan Evaluasi Internal terhadap kemajuan pelaksanaan Hibah Penelitian Tahun Anggaran 2018
- (2) **PIHAK KEDUA** yang tidak hadir tanpa pemberitahuan sebelumnya ke Direktorat Jenderal Sumberdaya Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Pendidikan Tinggi melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa,dalam kegiatan monitoring dan evaluasi serta seminar hasil penelitian maka **PIHAK KEDUA** tidak berhak menerima sisa dana penugasan tahap kedua sebesar 30%.

Pasal 9
Penilaian Luaran

- (1) Penilaian luaran penelitian dilakukan oleh Komite Penilai/Reviewer yang ditunjuk oleh LPPM sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- (2) Apabila dalam penilaian terdapat luaran yang tidak tercapai, maka sanksi akan diatur dalam pasal selanjutnya.

Pasal 10
Perubahan Tim Pelaksana dan substansi Pelaksanaan

Perubahan terhadap susunan tim pelaksana dan substansi pelaksanaan hibah penelitian dapat dibenarkan apabila telah mendapat persetujuan tertulis dari Direktorat Jenderal Sumberdaya Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Pendidikan Tinggi melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Pasal 11
Penggantian Ketua Pelaksana

- (1) Apabila **PIHAK KEDUA** selaku ketua pelaksana tidak dapat melaksanakan penelitian ini, maka **PIHAK KEDUA** wajib mengusulkan pengganti ketua pelaksana yang merupakan salah satu anggota tim kepada **PIHAK PERTAMA**.
- (2) Apabila **PIHAK KEDUA** tidak dapat melaksanakan tugas dan tidak ada pengganti ketua sebagaimana yang dimaksud pada ayat(1), maka **PIHAK KEDUA** harus mengembalikan dana penelitian kepada **PIHAK PERTAMA** yang selanjutnya disetor ke Kas Negara.
- (3) Bukti setor sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disimpan oleh **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 12
Sanksi

- (1) Apabila **PIHAK KEDUA** tidak dapat melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 maka harus mengembalikan dana yang telah diterimanya ke Kas Negara serta menyerahkan fotocopy bukti pengembalian ke kas Negara yang telah divalidasi oleh KPPN setempat melalui **PIHAK PERTAMA**.
- (2) Apabila **PIHAK KEDUA** tidak dapat memenuhi janji luaran penelitian seperti yang tercantum dalam proposal sampai selambat-lambatnya 15 Desember 2018, maka pencairan dana tahap ketiga sebesar 30% dari total bantuan dana kegiatan penelitian dibatalkan dan **PIHAK KEDUA** tidak boleh mengusulkan proposal penelitian untuk tahun selanjutnya.

Pasal 13
Pembatalan Perjanjian

- (1) Apabila dikemudian hari terbukti bahwa judul Penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 dijumpai adanya indikasi duplikasi dengan Penelitian lain dan/atau diperoleh indikasi ketidakjujuran/itikad kurang baik yang tidak sesuai dengan kaidah ilmiah, maka kegiatan Penelitian tersebut

dinyatakan batal dan **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana Penelitian yang telah diterima ke Kas Negara serta menyerahkan fotocopy bukti pengembalian ke kas Negara melalui **PIHAK PERTAMA**.

- (2) Bukti setor sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disimpan oleh **PIHAK PERTAMA**

Pasal 14 Pajak-pajak

Hal-hal dan/atau segala sesuatu yang berkenaan dengan kewajiban pajak berupa PPN dan/atau PPh menjadi tanggungjawab **PIHAK KEDUA** dan harus dibayarkan oleh **PIHAK KEDUA** ke kantor pelayanan pajak setempat sesuai ketentuan yang berlaku

Pasal 15 Hak Kekayaan Intelektual, Peralatan dan/Alat Hasil Penelitian

- (1) Hak Kekayaan Intelektual yang ditimbulkan dari pelaksanaan Penelitian tersebut diatur dan dikelola sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Hasil Penelitian ini yang berupa peralatan dan/alat dari kegiatan ini adalah milik negara yang dapat dihibahkan kepada Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku

Pasal 16 Penyelesaian Sengketa

Apa bila terjadi perselisihan antara **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA** dalam pelaksanaan perjanjian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat, dan apa bila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses hukum.

Pasal 17 Lain-lain

- (1) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa penelitian dengan judul tersebut di atas belum pernah dibiayai dan/atau diikutsertakan pada Pendanaan Penelitian lainnya, baik yang diselenggarakan oleh instansi, lembaga, perusahaan atau yayasan, baik di dalam maupun di luar negeri.
- (2) Segala sesuatu yang belum cukup diatur dalam Perjanjian ini dan dipandang perlu diatur lebih lanjut dan dilakukan perubahan oleh **PARA PIHAK**, maka perubahan-perubahannya akan diatur dalam perjanjian tambahan atau perubahan yang merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.

Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh **PARA PIHAK** pada hari dan tanggal tersebut di atas, dibuat dalam rangkap 2 (dua) dan bermeterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA



Dr. H. Benny Irawan, SH, MH, M, Si
NIP. 196010251989091001

PIHAK KEDUA

A blue ink signature is written on the right side of the page, corresponding to the second party.

Dr. H. Fauji Sanusi, Drs., MM.
NIP. 196008262003121001

Bidang Unggulan: Food Security

Sub Bidang: Mapping Potential Areas

**LAPORAN AKHIR
HIBAH PENELITIAN PERGURUAN TINGGI**

**The Development of Sultan Ageng Tirtayasa University
as Center of Excellence in Food Security for Nation Competitiveness**



**PEMETAAN INOVASI PRODUK HASIL OLAHAN
PERTANIAN DAN PERIKANAN PADA USAHA KECIL DAN
MENENGAH DI PROVINSI BANTEN**

TIM PENELITI

Ketua: Dr. H. Fauji Sanusi, Drs., MM (NIDN 0026086009)

Anggota: Gerry Ganika, SE., M.Sc. (NIDN 0017058202)

**UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
NOPEMBER 2018**

**HALAMAN PENGESAHAN
HIBAH PENELITIAN PERGURUAN TINGGI**

Judul Penelitian : **Pemetaan Inovasi Produk Hasil Olahan Pertanian dan Perikanan pada Usaha Kecil dan Menengah di Provinsi Banten.**

Kode/ Nama Rumpun Ilmu : **570/ Ilmu Manajemen**
Bidang Unggulan : **Food Security**
Topik Unggulan : **Mapping Potensial Areas**
Peneliti

a. Nama Lengkap : Dr. Fauji Sanusi, Drs., MM
b. NIDN : 0026086009
c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
d. Program Studi : Manajemen
e. Nomor HP : 087771692999
f. Alamat surel (e-mail) : fauzi.sanusi95@gmail.com
fauzi.sanusi@yahoo.com
fauzi.sanusi@untirta.ac.id

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap : Gerry Ganika, SE., M.Sc.
b. NIDN : 0017058202
c. Perguruan Tinggi : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Lama Penelitian Keseluruhan : 1 tahun
Penelitian Tahun ke : 1 (satu)
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp. 50.000.000,-
Biaya Tahun Berjalan : - diusulkan Rp. 50.000.000,-
- dana internal PT Rp. –
- dana institusi lain Rp. –
- *inkind* sebutkan
-

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. H. Fauji Sanusi., Drs., MM
NIP. 196008262003121001

Serang, 19 Nopember 2018
Ketua Peneliti,

Dr. H. Fauji Sanusi., Drs., MM
NIP. 196008262003121001

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dr. H. Benny Irawan, SH., MH., M.Si.
NIP. 196010251989091001

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk membuat pemetaan inovasi produk hasil olahan pertanian dan perikanan pada usaha kecil dan menengah di provinsi Banten. Banten salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki area pertanian yang subur dan memiliki perairan sungai serta dikelilingi laut sehingga memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah yang dimiliki oleh masing-masing kabupaten yang ada di provinsi Banten. Sumber daya alam pertanian dan perikanan yang dimiliki oleh provinsi Banten harus dapat diperdagangkan dengan menghasilkan produk yang inovatif yang memiliki daya tarik tersendiri yang berbeda-beda di setiap daerah di kabupaten/kota. Sehingga produk hasil olahan pertanian dan perikanan di provinsi Banten sangat berkembang. Dari hasil pemetaan produk inovasi pangan olahan ini diharapkan provinsi Banten memiliki produk yang unggul, orisinal, berkualitas dan berdaya saing tinggi yang tidak kalah dengan produk lokal dari daerah yang lainnya di Indonesia.

Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cluster Industri Theory*, Model yang digunakan untuk pemetaan adalah analisis Quantified-SWOT dengan mengadopsi konsep *Multiple-Attribute Decision Making* (MADM) untuk menyederhanakan masalah yang kompleks sehingga analisis dapat dilakukan pada beberapa perusahaan secara bersamaan. Model ini diuji menggunakan studi kasus pada 60 UKM produk makanan olahan di Kabupaten Lebak dan Serang. Hasil menunjukkan bahwa faktor internal inovasi produk (IFE) pada UKM yang diamati memiliki nilai 2,67 (pada 5 skala), dan faktor eksternal (EFE) yang mendukung pengembangan mereka adalah 2,51 (pada 5 skala), yang keduanya nilai-nilai dalam yang lemah kategori. Namun, posisi keseluruhan UKM dalam koordinat matriks SWOT adalah [0,122; -0.288] yang terletak di kuadran III. Dapat diartikan bahwa UKM masih dalam kondisi lemah dan memerlukan strategi diversifikasi. Studi ini juga memberikan beberapa rekomendasi untuk meningkatkan kemampuan inovasi baik secara internal maupun eksternal. Berdasarkan *Weighted Value Analysis*, rekomendasi prioritas dalam memperbaiki sisi internal UKM, yaitu inovasi proses produksi dan peningkatan akses internet, sementara dari sisi eksternal (untuk pemerintah) rekomendasi prioritas sedang mengembangkan sistem informasi pasar untuk UKM, dan menurunkan kebijakan suku bunga kredit agar lebih pro-UKM.

Keyword: Pemetaan inovasi produk, *cluster industry theory*, produk pangan olahan, UKM, inovasi produk, MADM, Q-SWOT.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
RINGKASAN.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Road Map Penelitian	2
1.3 Luaran peneitian	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Cluster Industri Theory	4
2.2 Produk Pangan Olahan	5
2.3 Usaha Kecil Menengah	6
2.4 Inovasi Produk	8
2.5 Model Penelitian	12
BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	13
3.1 Tujuan Penelitian	13
3.2 Manfaat Peneitian	13
BAB 4. METODE PENELITIAN	14
4.1 Objek Penelitian	14
4.2 Indikator Penentu Inovasi Produk	14
4.3 Pembobotan Indikator	16
BAB 5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	17
5.1 Identifikasi Peluang dan Ancaman	18
5.2 Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan	19
5.3 Internal Factor Evaluationa (IFE)	20
5.4 Eksternal Factor Evaluation (EFE)	21
5.5 Matrik Analisis Internal-Eksternal (IE Analysis)	22
5.6 Peta Posisi Bersaing UKM berdasarkan Inovasi Produk UKM	22

5.7 Rekomendasi Perbaikan berdasarkan Skala Prioritas	24
BAB 6. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	27
6.1 Kesimpulan.....	27
6.2 Rekomendasi	27
DAFTAR PUSTAKA.....	28
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian	
Lampiran 2. Bukti luaran yang didapatkan	
- Abstrak hasil penelitian untuk konferensi	
- Draft artikel hasil penelitian	
- <i>Acceptance Letter International Conference</i>	
Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Capaian Tahunan	3
Tabel 4.1	Dimensi Faktor Eksternal dan Indikatornya.....	15
Tabel 4.2	Dimensi Faktor Internal dan Indikatornya	16
Tabel 4.3	Indikator Faktor Eksternal dan Bobotnya	16
Tabel 4.4	Indikator Faktor Internal dan Bobotnya	16
Tabel 5.1	External Factor Assesment Score (Q-SWOT).....	18
Tabel 5.2	Internal Factor Assesment Score (Q-SWOT).....	19
Tabel 5.3	Internal Factor Evaluation Index (IFE)	20
Tabel 5.4	External Factor Evaluastion Index (EFE).....	21
Tabel 5.5	Matriks Analisis Internal-Eksternal (<i>IE Analysis</i>).....	22
Tabel 5.6	Priority Improvement Index	24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Road Map Penelitian	2
Gambar 3.1	Model Pemetaan Inovasi Produk	12
Gambar 5.1	Peta Daya Saing UKM Banten berdasarkan Inovasi Produk	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Justifikasi Anggaran	A
Lampiran 2	Abstrak hasil penelitian untuk konferensi	B
Lampiran 3	Acceptance Letter dan Invitation Letter International Conference	C
Lampiran 4	Draft artikel hasil penelitian	D

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki keunggulan sebagai negara manufaktur yang bertumpu pada sektor industri. Salah satunya adalah provinsi Banten yang merupakan provinsi di Indonesia yang memiliki banyak industri berat, alangkah baiknya Industri Kecil dan Menengah (IKM) harus mendapat perhatian dari pemerintah daerah, usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. IKM mendapatkan perhatian lebih karena pertumbuhannya yang semakin pesat disebabkan karena kinerja IKM sangat efisien, produktif dan memiliki tingkat daya saing global yang tinggi. IKM baik yang bergerak di sektor perdagangan dan industri lainnya telah banyak membantu pemerintah baik ditingkat daerah maupun nasional dalam hal penyediaan lapangan kerja, kesempatan kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Di sisi Provinsi Banten merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi disektor pertanian, perikanan dan pariwisata dan letaknya yang strategis dekat dengan Ibu Kota Negara yang diharapkan dapat meningkatkan pendapat masyarakat dan negara dalam memperlancar pembangunan nasional.

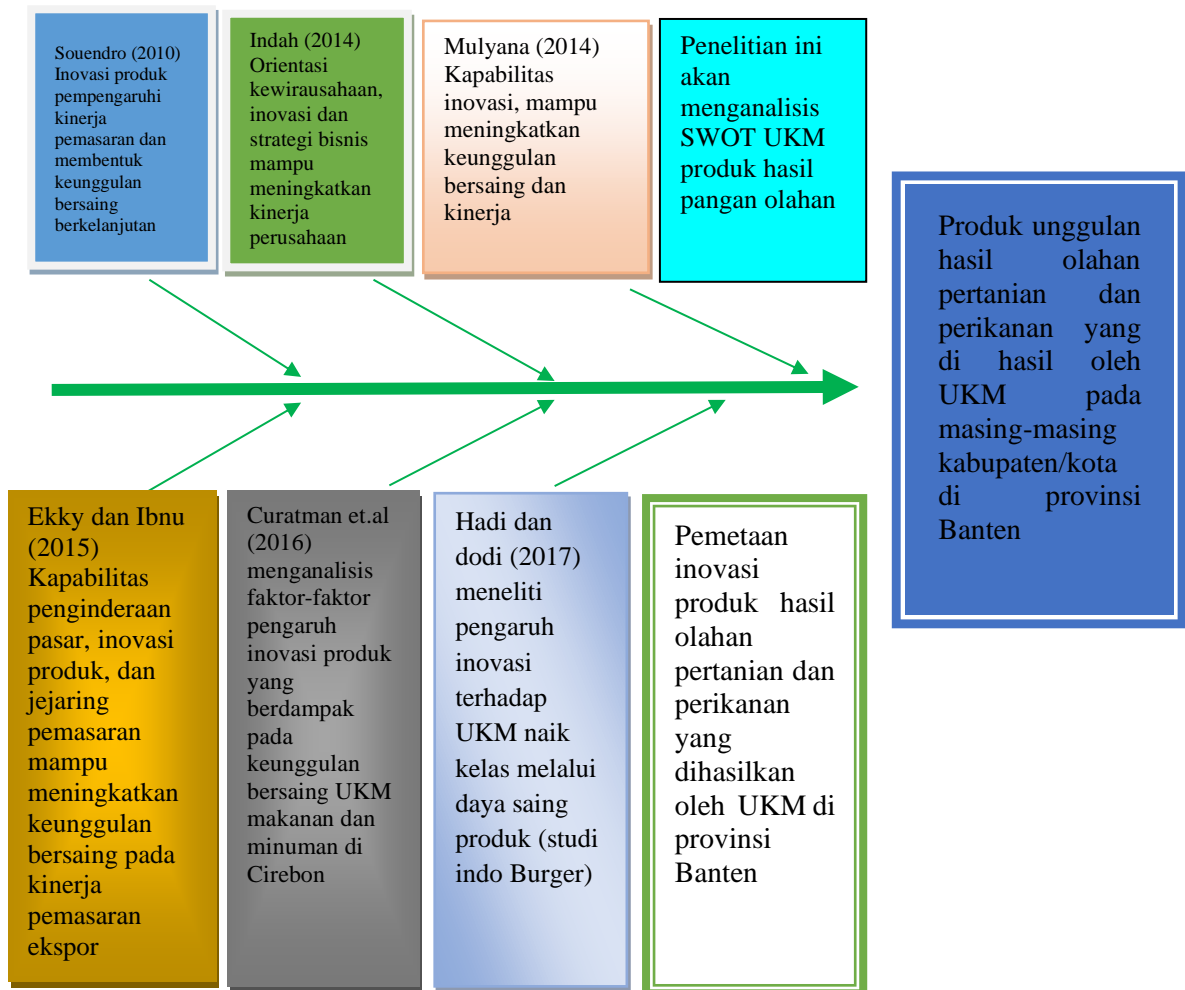
Dari perkembangan sektor tersebut maka provinsi Banten memiliki potensi menjadi provinsi yang maju dan berkembang yang dapat motivasi usaha kecil dan menengah untuk lebih berkembang dan juga dapat memperkenalkan produk unggulan yang inovatif yang memiliki daya tarik tersendiri dari provinsi lain di pulau Jawa dan provinsi yang lain di Indonesia. Produk yang inovatif yang diharapkan oleh pemerintah dalam menciptakan produk yang memiliki daya saing yang tinggi. Inovasi merupakan sarana untuk memanfaatkan peluang melalui bisnis atau layanan yang berbeda. Bagi usaha skala kecil dan menengah, inovasi berarti membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pelanggan melalui inovasi produk.

Banten memiliki banyak kabupaten dan Kota dimana usaha kecil dan menengah sangat berkembang sejalan dengan laju pertumbuhan ekonomi dan kelancaran akses infrasturktur yang dimiliki oleh provinsi Banten sangat baik sehingga potensi UKM di provinsi Banten akan terus berkembang. Setiap kabupaten/kota di provinsi Banten mengandalkan sektor pertanian dan perikanan yang pasti memiliki produk inovasi unggulan yang berbeda-beda. Ada beberapa produk unggulan di provinsi Banten yang memiliki

potensi untuk diperkenalkan secara nasional misalkan sate bandeng, emping keprek, bontot, gula aren, rabek, gipang, kain tenun badui, batik badui, kerupuk ikan, keripik dan cinderamata yang lain. Alangkah baiknya produk unggulan dari hasil pertanian dan perikanan tersebut dari masing-masing kabupaten/kota di provinsi Banten tersebut dipetakan agar produk unggulan di provinsi Banten dapat terkoordinir dengan baik sehingga masyarakat Banten dapat dengan mudah mengetahui kekhasan produk yang dimiliki oleh daerahnya masing-masing. Masyarakat Banten diharapkan dapat memperkenalkan produknya yang inovatif kepada masyarakat di luar Banten khususnya turis, baik turis domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Banten bahwa Banten memiliki banyak produk unggulan yang inovatif dan orisinal.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang pemetaan inovasi produk pangan olahan dari pertanian dan perikanan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di provinsi Banten.

1.2 Road Map Penelitian



1.3 Luaran

Luaran dan target yang diharapkan dari penelitian ini adalah pemetaan terhadap produk unggulan yang orisinal yang dimiliki oleh masing-masing daerah kabupaten/kota di provinsi banten yang dihasilkan oleh UKM yang berkualitas dan berdaya saing tinggi. Target dan capaian selama penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.1.dibawah ini:

Tabel 1.1. Capaian Tahunan

No	Jenis Luaran				Indikator Capaian	
	Kategori	Sub Kategori	Wajib	Tambahan	Tahun 1	
1	Artikel ilmiah dimuat di jurnal ²⁾	International bereputasi	√		Accepted Letter	
		Nasional Terakreditasi				
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding ³⁾	International Terindeks	√		Accepted Letter	
		Nasional				
3	<i>Invited speaker</i> dalam temu ilmiah ⁴⁾	International Terindeks			Dilaksanakan	
		Nasional			Dilaksanakan	
4	<i>Visiting Lecturer</i> ⁵⁾	International			Tidak ada	
5	Hak Keyakinan Intelektual (HK) ⁶⁾	Paten			Tidak ada	
		Paten sederhana			Tidak ada	
		Hak Cipta			Tidak ada	
		Merek dagang			Tidak ada	
		Rahasia dagang			Tidak ada	
		Desain Produk Industri			Tidak ada	
		Indikasi Geografis			Tidak ada	
		Perlindungan Varietas Tanaman			Tidak ada	
		Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu			Tidak ada	
6	Teknologi Tepat Guna ⁷⁾				Tidak ada	
7	Model/Purnarupa/Desain/Karya Seni/Rekayasa Sosial ⁸⁾				Tidak ada	
8	Buku Ajar (ISBN) ⁹⁾				Tidak ada	
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)				Tidak ada	

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Cluster Industri Theory

Dalam teori industri kluster Anderson (1994) menyatakan bahwa kelompok industri merupakan sekelompok perusahaan yang bergantung pada serangkaian hubungan yang produktif di antara kelompok-kelompok industri untuk menciptakan efisiensi individu dan daya saing. Menurut Porter (2008), sebuah kelompok adalah kelompok terdekat secara geografis dari perusahaan yang saling berhubungan dan institusi terkait dalam bidang tertentu, yang dihubungkan oleh komunalitas dan komplementaritas. Kluster sebagai jaringan perusahaan, pemasok, perusahaan jasa, lembaga akademis, dan organisasi dalam industri terkait yang, bersama-sama, membawa produk atau layanan baru ke pasar. Perusahaan skala kecil dalam kelompok dapat mengambil keuntungan dari kedekatan rekan kerja dalam cara-cara seperti berbagi informasi atau pengadaan bersama. Pembeli juga mendapat manfaat karena pembeli dapat melakukan semua pembelian dalam kelompok yang sama (Klapwijk, 1997). Penelitian empiris telah menunjukkan bahwa kluster merupakan peluang bagi perusahaan untuk mengambil keuntungan, yang dihasilkan oleh konsentrasi perusahaan dengan karakteristik serupa di lokasi yang sama.

Kluster dapat membantu perusahaan untuk memiliki spesialisasi, menarik pemasok dan pembeli, menghasilkan sekelompok pekerja khusus, memfasilitasi penyebaran ide-ide baru dan kapasitas untuk berinovasi, dan memungkinkan tindakan bersama untuk memecahkan masalah-masalah seperti kemacetan infrastruktur atau akses ke pasar yang jauh. Meskipun istilah cluster telah menjadi lebih populer baru-baru ini, tidak ada model cluster tunggal atau standar (Aylward dan Glynn, 2005). Sebaliknya, masing-masing negara dan wilayah memiliki kumpulan kelompok yang berbeda, dibentuk oleh latar belakang sejarah, karakteristik nasional, kekuatan basis pengetahuan, ukuran, keterhubungan, dan berbagi produk inovatif. Di Indonesia, daerah yang disebut sentras terdiri dari biasanya lebih dari 20 UKM (Tambunan, 2005); sentral adalah konsep yang mirip dengan kluster, karena ini didefinisikan sebagai konsentrasi geografis dari produsen di sektor yang sama. Definisi kerja kluster dalam penelitian ini diwakili oleh sentra, yang merupakan konsentrasi geografis dari industri dan institusi terkait yang saling terkait satu sama lain.

2.2 Produk Pangan Olahan

Produk hasil olahan pertanian dan perikanan adalah produk yang berbahan baku dari hasil pertanian maupun perikanan yang diolah menjadi produk jadi yang inovatif yang dikemas menjadi produk yang menarik dan memiliki orisinalitas yang tinggi. Produk hasil olahan ini terbagi menjadi dua yaitu: 1) Produk olahan berbahan baku dari hasil pertanian seperti berbahan baku dari beras, enau, ubi, ketan, pisang, sukun, kentang, talas, meninjo, jagung dan lain-lain yang banyak ditemukan di provinsi Banten. Bahan baku ini diproses menjadi produk yang inovatif seperti beras diolah menjadi kerupuk gendar, kue tradisional. Ubi diolah menjadi peyem, kerupuk, keripik. Enau menghasilkan gula aren dan produk olahan kolang-kaling. Ketan diolah menjadi peyem ketan, dodol, kue bipang, kue tar, kue wajik, dan berbagai jenis kue. Sukun, kentang dan talas dapat diolah menjadi keripik, dan berbagai jenis kue. Jagung dan meninjo dapat diolah menjadi emping dan berbagai jenis kue. 2) Produk olahan berbahan baku dari hasil perikanan seperti berbahan baku dari ikan bandeng, udang, ikan tengiri, ikan piyus dan sebagainya. Ikan bandeng dapat diolah menjadi sate bandeng, presto, bakso, kerupuk. Ikan tengiri, ikan piyus dapat dibuat menjadi bontot, kerupuk dan bakso. Hasil produk olahan pertanian dan perikanan dihasilkan oleh banyak industri rumah tangga dan UKM di masing-masing kabupaten/kota yang ada di provinsi Banten.

Banten merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki sumber daya alam hasil pertanian dan perikanan yang kaya. Berbagai hasil pertanian di provinsi Banten dapat dilihat di kabupaten Lebak, kabupaten Pandeglang, kabupaten Tangerang, kabupaten Serang. Sedangkan hasil perikanan dapat dilihat di kabupaten Serang, kabupaten Tangerang, kabupaten Pandeglang, kabupaten Lebak, kota Serang dan kota Cilegon. Dari kesediaan bahan baku dari hasil pertanian dan perikanan yang melimpah yang dimiliki masing-masing daerah yang ada di provinsi Banten tersebut dapat dikembangkan menjadi produk yang berdaya guna menjadi produk olahan yang inovatif, berkualitas yang memiliki cita rasa yang enak dan lezat yang dihasilkan oleh industri rumah tangga dan UKM.

Permasalahannya adalah perlu penanganan yang serius dari pemerintah daerah untuk mengklaster atau memetakan produk unggulan dari hasil olahan pertanian dan perikanan yang dihasilkan oleh masing-masing daerah terpencil, kabupaten/kota di provinsi Banten. Diperlukan berbagai pihak untuk menggali potensi sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing daerah yang ada di provinsi Banten yaitu menyelusuri produk unggulan yang dihasilkan oleh industri rumah tangga dan UKM. Saatnya provinsi Banten menunjukkan potensi yang dimiliki kepada masyarakat Banten pada khususnya dan masyarakat Indonesia

pada umumnya bahwa banten memiliki produk UKM unggulan seperti batik banten, sate bandeng dan berbagai macam produk unggulan yang lainnya yang masih belum diketahui oleh masyarakat. Pemetaan produk hasil olahan pertanian dan perikanan di provinsi Banten perlu dilakukan agar diketahui masing-masing daerah di kabupaten/kota provinsi Banten memiliki produk unggulan yang memiliki ciri khas tersendiri yang berbeda-beda dari masing-masing daerah kabupaten/kota yang ada di provinsi Banten. Dari pemetaan ini diharapkan UKM yang ada setiap kabupaten/kota di provinsi Banten lebih fokus untuk menghasilkan produk yang inovatif yang berbeda-beda yang memiliki orisinalitas dan kualitas yang tinggi dan dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi produk yang berdaya saing tinggi, sehingga dapat membantu roda perekonomian masyarakat serta pemerintah daerah dapat berjalan dengan lancar dan baik.

2.3 Usaha Kecil dan Menengah

Undang-undang Usaha Kecil nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah mengatakan bahwa usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Sedangkan menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia nomor 83 Tahun 2014 tentang pedoman pemberian izin usaha mikro dan kecil mengatakan bahwa Pelaku Usaha Mikro Kecil yang selanjutnya disingkat dengan PUMK adalah orang yang melakukan usaha mikro kecil di lokasi yang telah ditetapkan.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah mengatakan bahwa Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha

Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan, dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada usaha ekonomi rakyat, seperti halnya pada aktifitas industri rumahan dan kelompok usaha bersama dengan tidak mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 17 tahun 2013 Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah melakukan pengembangan usaha dengan:

- a. mengembangkan jaringan usaha dan Kemitraan;
- b. melakukan usaha secara efisien;
- c. mengembangkan inovasi dan peluang pasar;
- d. memperluas akses pemasaran;
- e. memanfaatkan teknologi;
- f. meningkatkan kualitas produk; dan
- g. mencari sumber pendanaan usaha yang lebih luas.

Menurut Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah mengatakan bahwa pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagaimana dimaksud perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Selain itu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Prinsip pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah: a. penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri; b. perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan; c. pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; d. peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan e. penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Menurut Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
- a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.4 Inovasi Produk

(Barnett, 1953) secara sederhana mendefinisikan inovasi sebagai pengenalan sesuatu yang baru. (Thompson, 1965) memberikan definisi lebih luas yaitu inovasi merupakan sebuah pembaharuan, penerimaan dan pelaksanaan ide-ide baru, proses baru, barang dan jasa baru. (Amabile, 1996) mendefinisikan inovasi sebagai keberhasilan pelaksanaan ide-ide kreatif dalam organisasi. Sebuah definisi yang lebih komprehensif disampaikan oleh (West, 1990), mereka mendefinisikan inovasi sebagai upaya menyampaikan sesuatu yang baru secara terencana, aplikasi produk baru, proses, prosedur, atau ide-ide baru yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi individu, kelompok, organisasi atau masyarakat yang lebih luas. (Damanpour, 1991) mendefinisikan inovasi sebagai alat atau sarana untuk mengubah sebuah organisasi, baik sebagai respon terhadap perubahan lingkungan internal maupun eksternal atau sebagai antisipasi untuk mempengaruhi lingkungan.

Inovasi sering digambarkan sebagai sumber kehidupan organisasi dan yang menentukan di dalam suatu perusahaan. Nilai inovasi yang benar dinyatakan di dalam suatu hasil (outcome) seperti produk yang diperdagangkan. Kemampuan perusahaan untuk

memperdagangkan inovasi dapat membantu mendominasi pasar saat ini atau mengembangkan pasar baru, yang berperan bagi berkelanjutan kepemimpinan industri. Dengan demikian, sukses di dalam mengkomersialisasi inovasi merupakan strategi penting bagi perusahaan (Datta, et al., 2013).

Menurut (Trott, 2005:21-22) inovasi dapat memberikan: 1) Market-based view, menganggap bahwa kondisi pasar menyediakan dalam konteks memfasilitasi atau menghambat tingkat aktivitas inovasi perusahaan. Isu kunci disini tentu saja adalah kemampuan perusahaan untuk mengenali peluang di pasar. Beberapa perusahaan memiliki kemampuan untuk memindai dan mencari lingkungan mereka secara efektif. 2) Resources-based view, menganggap bahwa orientasi market-driven tidak memberikan landasan yang aman untuk merumuskan strategi inovasi di pasar yang dinamis dan stabil, dibandingkan dengan sumber daya perusahaan sendiri yang memberikan konteks yang jauh lebih stabil untuk mengembangkan sendiri aktivitas inovasi dan bentuk pasarnya sesuai dengan pandangannya sendiri. Inovasi resources-based view berfokus pada perusahaan dan sumber dayanya, kemampuan dan keterampilan. Para pendukung sekolah pemikiran ini beranggapan bahwa ketika perusahaan memiliki sumber daya yang berharga, langka dan tidak mudah ditiru, maka perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Meskipun pada umumnya UKM menghadapi berbagai kendala sumber daya yang masih dianggap terbatas, justru mereka sering melakukan inovasi dengan sukses. Karakteristik UKM yang lebih kecil, struktur organisasi yang lentur dan sikap kewirausahaan yang dipromosikan oleh pendiri dan manajer dapat memfasilitasi kegiatan inovasi di UKM (Nooteboom, 1994; Vossen, 1998).

Penelitian yang dilakukan terhadap UKM yang terkait dengan inovasi sebagian besar telah difokuskan pada inovasi produk. (Kanter, 1985) dalam penelitiannya terhadap UKM manufaktur menemukan bahwa karakteristik UKM lebih mampu mudah untuk melakukan inovasi secara radikal daripada perusahaan besar dan bahwa memperkenalkan produk terbaru merupakan kegiatan kewirausahaan penting dan dapat mempertahankan pertumbuhan UKM. (Oke, 2007) menyimpulkan dari hasil penelitiannya bahwa UKM cenderung lebih fokus pada inovasi produk dari pada inovasi layanan atau inovasi proses. Untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan, maka dibutuhkan pemahaman secara mendalam tentang kebutuhan pelanggan yang menjadi pasar sasaran sehingga UKM lebih terfokus pada upaya-upaya meningkatkan produk. Disamping itu kecenderungan fokus pada jenis inovasi sebenarnya terkait dengan peningkatan pertumbuhan omset penjualan .

Ini mungkin pesan yang menantang bagi pengusaha agar selalu memperkenalkan ide produk baru yang diperkenalkan pada pasar berikutnya.

Jenis-jenis inovasi menurut Cravens (2009:239): 1) Inovasi Transformational: menciptakan produk baru secara radikal dan penciptaan nilai secara substansial. 2) Inovasi Substansial: produknya baru secara signifikan dan menciptakan nilai penting bagi pelanggan. 3) Inovasi Incremental: menciptakan produk baru melalui peningkatan kinerja atau penerimaan nilai yang lebih besar (biaya lebih rendah).

Varis & Littunen (2010:130) dalam penelitiannya membagi dua jenis inovasi: 1) Berdasarkan objek perubahan, inovasi terdiri dari inovasi produk, inovasi proses, inovasi pasar dan inovasi organisasi. 2) Berdasarkan tingkat perubahan, yaitu kebaruan yang lengkap (radikal) dan peningkatan yang signifikan.

OECD Oslo Manual (2005:46): *“Innovation is the implementation of a new or significantly improved product (good or service), or process, a new marketing method, or a new organisational method in business practices, workplace organisation or external relations.* Menurut Damanpour, et al. (2009:652) —*Innovation as new to the adopting organization.*” Definisi inovasi menurut Baregheh, et al. (2009:1334) *“Innovation is the multi-stage process whereby organizations transform ideas into new/improved products, service or processes, in order to advance, compete and differentiate themselves successfully in their marketplace.”* Dari definisi-definisi di atas memiliki kesamaan, bahwa inovasi adalah menciptakan sesuatu yang baru atau peningkatan dari yang sudah ada, perbedaannya adalah dalam hal penekanannya. Definisi dari Wang & Ahmed (2004), OECD Oslo Manual (2005) dan Damanpour (2009) menekankan pada hal yang sama yaitu tentang kebaruan. Menurut OECD (Organisation for Economic Co-Operation and Development) Oslo Manual (2005:47), ada empat dimensi inovasi yaitu *product innovation, process innovation, marketing innovation and organisational innovation.* Hal ini ditegaskan kembali pada The OECD Innovation strategy (OECD, 2010:20). Pada penelitian ini dimensi inovasi yang digunakan menurut OECD Oslo Manual, hal ini karena dimensi tersebut telah teruji digunakan pada industri manufaktur yang dilakukan oleh Gunday, et al. (2011) dan Hassan, et al. (2013) serta Varis & Littunen (2010) pada usaha kecil dan menengah.

Inovasi Produk Inovasi produk adalah pengenalan barang atau jasa yang benar-benar baru atau peningkatan dari yang sudah ada secara signifikan berkaitan dengan karakteristik fungsional atau penggunaannya, peningkatan dalam hal spesifikasi teknik, komponen dan bahan, keramahan dalam penggunaan atau karakteristik fungsional lainnya (OECD Oslo

Manual, 2005:48). Inovasi produk merupakan salah satu faktor kunci terhadap keberhasilan organisasi dan merupakan strategi yang penting bagi peningkatan market share dan kinerja bisnis (Hassan et al. (2013:245).

Inovasi Proses adalah implementasi produksi atau metode pengiriman yang benar-benar baru atau peningkatan secara signifikan. Perubahan signifikan dalam hal teknik, peralatan dan/atau perangkat lunak. Metode Pengiriman dalam hal logistik perusahaan dan mencakup peralatan, perangkat lunak dan teknik untuk sumber input, mengalokasikan pasokan dalam perusahaan, atau pengiriman produk akhir (OECD Oslo Manual, 2005:49). Inovasi proses berguna untuk mengurangi biaya produksi dan juga untuk memuaskan para pelanggannya (Hassan et al. (2013:246). Inovasi Pemasaran Inovasi Pemasaran adalah implementasi suatu metoda pemasaran baru dalam hal pengepakan, desain, penempatan dan promosi produk serta penetapan harga. Dalam hal desain produk, yang berubah dalam hal bentuk dan penampilan bukan merubah fungsi dan karakteristiknya. Sasaran dari inovasi ini adalah meningkatkan penjualan, market share dan membuka pasar baru (OECD Oslo Manual, 2005:49-50). Inovasi Organisasi Inovasi Organisasi merupakan implementasi metode organisasional baru dalam praktek bisnis perusahaan, organisasi tempat bekerja atau hubungan eksternal. Inovasi organisasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui mengurangi biaya administrasi atau biaya transaksi, meningkatkan kepuasan kerja, reduksi biaya pasokan (OECD Oslo Manual, 2005:50-51).

Terdapat berbagai jenis inovasi yang sering menjadi fokus penelitian pada UKM, yaitu inovasi produk dan inovasi proses yang sudah banyak dijadikan fokus dalam studi terdahulu tentang inovasi. Untuk meneliti kemampuan inovasi pada perusahaan kecil dan menengah, (Nassimbeni, 2001), menggunakan type inovasi produk, inovasi proses, investasi dalam inovasi, manajemen sumberdaya manusia dan hubungan internal organisasi. Peneliti lain, (Indarti, 2005), menemukan bahwa disamping inovasi proses dan inovasi produk, mereka menambahkan empat jenis inovasi pada UKM yaitu Inovasi layanan, inovasi pasar, inovasi logistik dan inovasi organisasi. Keempat jenis inovasi tersebut tidaklah berdiri sendiri, akan tetapi dapat dilakukan secara bersamaan antara dua atau lebih jenis inovasi. Hal ini penting untuk dipahami mengingat jenis inovasi dapat diaplikasikan secara bersamaan karena terkait dengan satu sama lain. Sebagai contoh, inovasi produk mungkin secara bersamaan membutuhkan teknik baru dalam proses produksi atau inovasi produk baru. Inovasi produk dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pasar baru. Studi yang dilakukan (Kristiansen, 2005) pada industri kerajinan Tanzania, menemukan bahwa

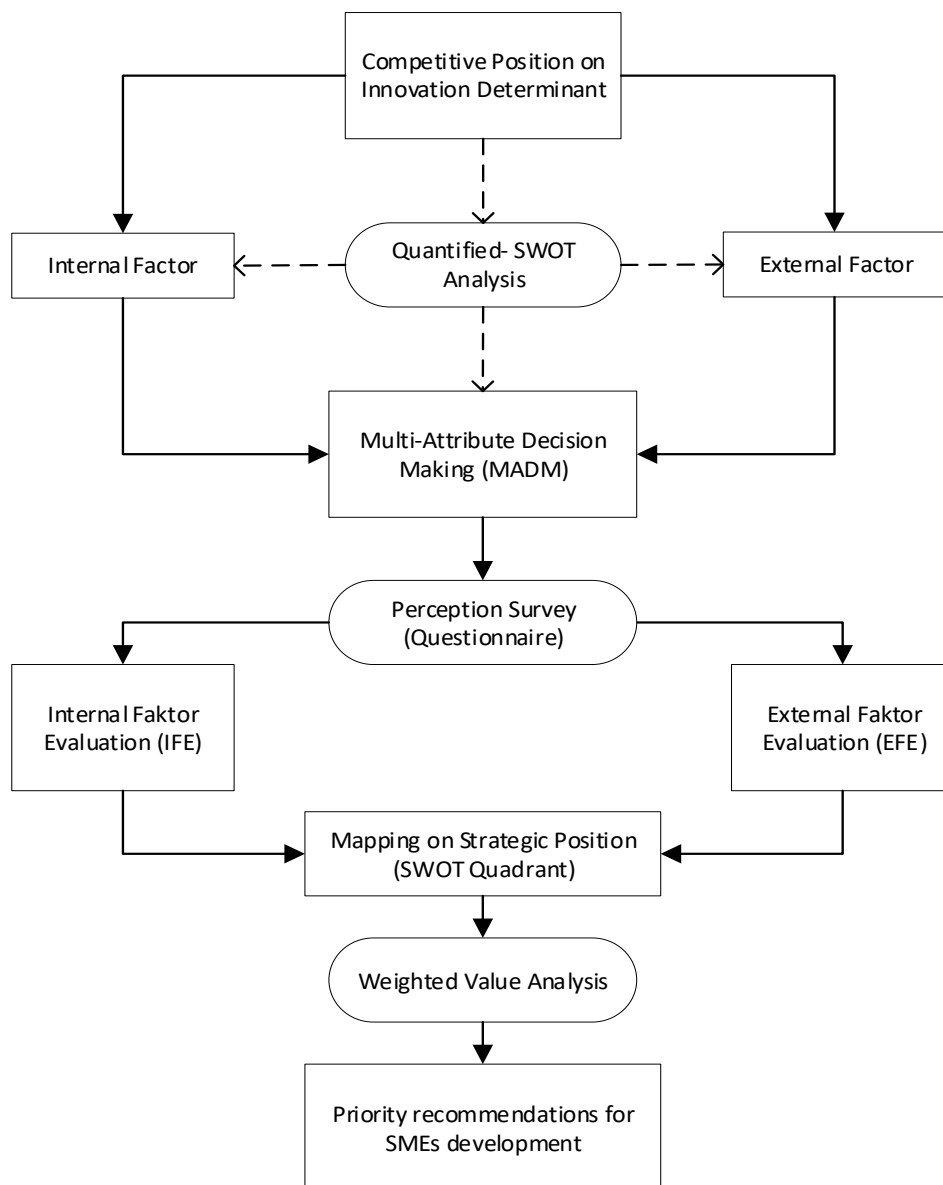
keluarga dan teman-teman, kolega dan mitra bisnis dan afiliasi bisnis adalah sumber informasi bisnis penting yang digunakan untuk meningkatkan inovasi.

2.5 Model Penelitian

Model dalam penelitian ini dapat dilihat dari model analisis SWOT yang dapat dilihat pada gambar 3.1 yang digunakan untuk memetakan permasalahan, potensi, peluang dan ancaman pengembangan IKM sehingga dapat dirumuskan berbagai strategi dan kebijakan yang dituangkan dalam Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil Menengah (RIPIKM).

Gambar 3.1

Model Pemetaan Inovasi Produk Hasil Olahan pada UKM di Provinsi Banten



BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Khusus Penelitian

Penelitian ini menganalisis dengan memetakan produk inovatif hasil olahan pertanian dan perikanan yang dihasilkan oleh UKM pada masing-masing kabupaten/kota di provinsi Banten. Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui berbagai potensi inovasi produk hasil olahan pangan yang dihasilkan oleh UKM di provinsi Banten.
2. Untuk mengetahui peta dari inovasi produk hasil olahan pangan yang dihasilkan oleh UKM saat ini di provinsi Banten.
3. Untuk mengetahui tahapan atau prioritas pengembangan UKM produk pangan olahan di provinsi Banten dari hasil pemetaan.

3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur mengenai pemetaan produk unggulan;
2. Bagi Praktisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi UKM, dalam upaya menciptakan produk yang orisinal, berkualitas dan berdaya saing tinggi;
3. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk membuat kebijakan bagi UKM yang berada di provinsi Banten mengenai produk unggulan yang dimiliki oleh masing-masing daerah kabupaten/kota.

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah UKM produk pangan olahan di Kabupaten Lebak dan Serang, Banten. Pengambilan data dilakukan secara survey dengan random sampling. Dari 81 kuesioner yang disebar, terdapat 21 kuesioner yang tidak disertakan kedalam analisis, hal ini dikarenakan kuesioner tidak kembali dan atau tidak lengkap. Oleh karenanya, hanya 60 hasil survey yang dimasukkan kedalam analisis.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis *Quatified-SWOT* dan *Multi-Attribute Decision Making* (MADM) untuk membuat indikator yang bersifat hirarkis. Dengan menggunakan MADM didapatkan berbagai indikator dari empat faktor utama dalam analisis SWOT (Chang & Huang, 2006), lihat tabel 1 dan 2, setiap indikator diberi skala ukur, 5 skala. Untuk melakukan evaluasi terhadap kondisi internal dan eksternal, digunakan nilai 2,6 sebagai *cut off* untuk menentukan posisi perseptual terhadap setiap indikator. Artinya, jika nilai persepsi kurang dari (<) 2,6 maka indikator dianggap kelemahan atau ancaman bagi inovasi produk. Sebaliknya, jika nilai persepsi lebih dari (>) 2,6 maka indikator dianggap kekuatan atau peluang bagi inovasi produk.

Analisis SWOT dipilih sebagai model untuk memetakan kondisi UKM di Banten, memetakan posisi dalam industri, pengenali potensi, mengetahui ancaman dan diakhiri oleh penentuan strategi untuk bersaing secara internal dan dapat berupa kebijakan pemerintah dari sisi eksternal.

4.2 Indikator Penentu Inovasi Produk

a) Faktor Eksternal UKM Pangan Olahan

Penentuan indikator untuk faktor eksternal yang dapat menentukan tingkat inovasi produk UKM ditentukan dengan pendekatan Multi-Attribute Decision Making (MADM). Pada dasarnya, metode MADM dilakukan melalui tiga tahapan yakni: menentukan komponen situasi, kemudian dilakukan analisis kualitatif dan tahap terakhir adalah melakukan sintesis terhadap berbagai kemungkinan dan menyimpulkan informasi. Secara sederhana MADM merupakan himpunan dari alternatif keputusan berdasarkan situasi dan kondisi yang ada.

Pada faktor eksternal diidentifikasi terdapat tiga dimensi utama yang dapat membentuk inovasi produk pada UKM, yaitu ketersediaan infrastruktur, dukungan dan kemudahan dari pemerintah, akses terhadap lembaga keuangan. Ketiga dimensi tersebut diturunkan menjadi beberapa indikator sesuai dengan tahapan MADM, didapatkan 18 indikator yang mampu membentuk inovai produk dari sisi eksternal, kemudian setiap indikator diberi kode, berikut dimensi, indikator berikut kodenya:

TABLE 4.1
EXTERNAL FACTOR DIMENTION AND INDICATORS

Eksternal Factor	Availability of infrastructure	1	Infrastructure and Transportation	A1
		2	Electricity and Clean Water	A3
		3	Telecommunication Network	A5
		4	Supporting infratructure for business place	A6
	Ease / Amenities from Government	5	Assistance to capital access	B1
		6	Integrated promotion amenities from government	B2
		7	Ease of business administration	B3
		8	Interest Rate Policies for Small Business	B5
		9	Other financial sector policies	B6
		10	Market Information System	B7
		11	Business licensing mechanism	B8
		12	Business development assistance	B10
		13	IPR assistance	B11
		14	raw material amenity from the government	B12
	Access to Financial Institution	15	Access to bank loan	C1
		16	Access to non-banking loan	C2
		17	Loan term of condition for small business	C4
		18	Additional source of working capital	C5

b) Faktor Internal UKM Pangan Olahan

Pada faktor internal dilakukan dengan cara yang sama, dan diidentifikasi terdapat tiga dimensi utama yang dapat membentuk inovasi produk pada UKM, yaitu kemampuan inovasi, kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi dan hubungan dengan supplier. Ketiga dimensi tersebut diturunkan menjadi beberapa indikator sesuai dengan tahapan MADM, didapatkan 16 indikator yang mampu membentuk inovai produk dari sisi internal, kemudian setiap indikator diberi kode, berikut dimensi, indikator berikut kodenya

TABLE 4.2
INTERNAL FACTOR DIMENTION AND INDICATORS

Internal Factor	Innovation Capability	19	Raw Material diversifications	D1
		20	Innovation on Production Process	D2
		21	Product Development	D3
		22	Packaging	D4
		23	Innovation on Marketing	D5
		24	End Product Distribution	D6
	Information Technology Capability	25	Payment/sales transaction mechanism	D7
		26	Ability to use Internet	E1
		27	Use of e-Commers facilities	E2
		28	Access to the Internet	E3
	Relationship with Supply	29	Ability to use Computer	E4
		30	Raw material procurement	F1
		31	Raw Material Availability	F2
		32	Supply Sortage	F3
33		Raw Material channel	F4	
34		Stability of raw material prices	F5	

4.3 Pembobotan indikator

Pembobotan setiap indikator masih merupakan tahapan dari MADM. Pada tahapan ini setiap indikator dilakukan perangkingan berdasarkan tingkat kepentingan pada proses inovasi dan daya saing UKM, kemudian diberi bobot. Semakin besar bobotnya, maka dianggap lebih penting dibanding dengan indikator lainnya. Berikut adalah hasil pembobotan untuk setiap indikator eksternal tabel 4.3 dan bobot untuk faktor internal (tabel 4.4):

TABLE 4.3
EXTERNAL FACTOR INDICATORS AND WEIGHT

	Indicator	Weight
A1	Infrastructure and Transportation	0,062
A3	Electricity and Clean Water	0,035
A5	Telecommunications Network	0,096
A6	Supporting infrastructure for business place	0,015
B1	Assistance to capital access	0,062
B2	Integrated promotion amenities from government	0,093
B3	Ease of business administration	0,042
B5	Interest Rate Policies for Small Business	0,085
B6	Other financial sector policies	0,035
B7	Market Information System	0,089
B8	Business licensing mechanism	0,032

	Indicator	Weight
B10	Business development assistance	0,083
B11	IPR assistance	0,035
B12	raw material amenity from the government	0,025
C1	Access to bank loan	0,072
C2	Access to non-banking loan	0,035
C4	Loan term of condition for small business	0,042
C5	Additional source of working capital	0,062

TABLE 4.4
INTERNAL FACTOR INDICATORS AND WEIGHT

	Indicator	Weight
D1	Row Material diversifications	0,055
D2	Innovation on Production Process	0,095
D3	Product Development	0,098
D4	Packaging	0,062
D5	Innovation on Marketing	0,054
D6	End Product Distribution	0,045
D7	Payment/sales transaction mechanism	0,035
E1	Ability to use Internet	0,062
E2	Use of e-Commers facilities	0,045
E3	Access to the Internet	0,075
E4	Ability to use Computer	0,045
F1	Row material procurement	0,065
F2	Row Material Availability	0,075
F3	Supply Shortage	0,062
F4	Row Material channel	0,062
F5	Stability of raw material prices	0,065

BAB V

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Identifikasi Peluang dan Ancaman (External Factor Assesment Score)

Analisis faktor eksternal dilakukan menggunakan 18 indikator pada 60 unit sample menunjukkan 5 indikator yang dianggap sebagai sumber peluang bagi UKM sementara 12 indikator lainnya masih dianggap sebagai sumber kelemahan. Hasil analisis disajikan dalam tabel berikut ini:

TABLE 5.1
EXTERNAL FACTOR ASSESMENT SCORE (QUANTIFIED SWOT)

Faktor	Indikator	Assesment Score (Average)	Quantified - SWOT (score cut off; 2,6)	
Eksternal Factor	Infrastruktur dan Transportasi	A1	2,95	Peluang
	Listrik dan Air Bersih	A3	3,70	Peluang
	Telekomunikasi	A5	3,10	Peluang
	Prasarana penunjang di tempat usaha	A6	2,27	Ancaman
	Bantuan terhadap akses permodalan	B1	1,62	Ancaman
	Fasilitas promosi terpadu dari pemerintah	B2	2,23	Ancaman
	Kemudahan administrasi usaha	B3	3,33	Peluang
	Kebijakan Suku Bunga Kredit untuk Usaha Kecil	B5	2,52	Ancaman
	Kebijakan Sektor keuangan lainnya	B6	1,60	Ancaman
	Sistem Informasi Pasar	B7	3,00	Ancaman
	Mekanisme perijinan usaha	B8	3,72	Peluang
	Bantuan pengembangan usaha	B10	2,25	Ancaman
	Bantuan HKI	B11	2,12	Ancaman
	Fasilitasi bahan baku dari pemerintah	B12	2,27	Ancaman
	Akses terhadap Kredit Perbankan	C1	2,02	Ancaman
	Sumber Modal lembaga keuangan non bank	C2	2,50	Ancaman
	Syarat kredit bagi usaha kecil	C4	1,77	Ancaman
	Sumber tambahan modal usaha	C5	2,33	Ancaman

Hasil penilaian faktor eksternal menunjukkan UKM di Banten masih perlu dikembangkan, karena masih banyak indikator yang berada dalam kategori ancaman, misalnya kebijakan keuangan pemerintah (1,62), bantuan untuk meningkatkan akses permodalan (1,62) dan persyaratan pinjaman untuk kecil bisnis (1,77) masih dianggap membebani UKM. Selain itu, ada beberapa indikator yang dianggap baik, dan dikategorikan sebagai peluang untuk pengembangan UKM, misalnya, perizinan usaha (3,72) yang

dianggap sangat mudah, ketersediaan listrik dan air untuk produksi (3,70), ketersediaan jaringan komunikasi (3.10), dan ketersediaan infrastruktur dan transportasi (2.95) yang cukup baik.

5.2 Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan (Internal Factor Assesment Score)

Analisis faktor internal dilakukan menggunakan 16 indikator, dari hasil analisis ditemukan 9 indikator yang dianggap sebagai sumber kekuatan bagi UKM sementara 7 indikator lainnya masih dianggap sebagai sumber kelemahan. Hasil analisis disajikan dalam tabel I berikut:

TABLE 5.2
INTERNAL FACTOR ASSESMENT SCORE (QUANTIFIED SWOT)

Faktor	Indikator		Assesment Score (Average)	SWOT (score cut off; 2,6)
Internal Faktor	Diversifikasi bahan baku	D1	1,45	Kelemahan
	Inovasi proses produksi	D2	2	Kelemahan
	Pengembangan produk	D3	3,05	Kekuatan
	Packaging	D4	2,6	Kelemahan
	Inovasi dalam pemasaran	D5	3,55	Kekuatan
	Distribusi barang dagangan	D6	2,55	Kelemahan
	Mekanisme pembayaran/transaksi penjualan	D7	3,05	Kekuatan
	Kemampuan penggunaan Internet	E1	2,9	Kekuatan
	Penggunaan fasilitas e-Commers	E2	2,4	Kelemahan
	Akses terhadap Internet	E3	2,25	Kelemahan
	Kemampuan Komputer	E4	2,75	Kekuatan
	Modal kerja pengadaan bahan baku	F1	2,8	Kekuatan
	Ketersediaan bahan baku	F2	2,55	Kelemahan
	Keterlambatan pasokan	F3	2,45	Kelemahan
	Saluran distribusi bahan baku	F4	3,05	Kekuatan
	Stabilitas harga bahan baku	F5	3,55	Kekuatan

Hasil penilaian menunjukkan bahwa UKM di Banten memiliki beberapa sumber kekuatan untuk mengembangkan dan berinovasi, misalnya dengan melakukan inovasi pemasaran (3,55), mengembangkan saluran pasokan bahan baku (3,07), pengembangan produk (3,05), mengembangkan sistem pembayaran atau berbasis perbankan. transaksi atau layanan lainnya (3,05), memiliki kemampuan untuk menggunakan internet (3,03), stabilitas harga bahan baku (3,00), pengadaan bahan baku yang baik (2,88), dan mengelola ketersediaan bahan baku (2,63) . Sementara beberapa indikator lainnya masih dalam kategori lemah, terutama dalam diversifikasi bahan baku (1,62), inovasi dalam proses

produksi (2,03), penggunaan e-commerce (2,45), akses ke Internet (2,47), kekurangan bahan baku (2.57), dan pengemasan (2.60).

5.3 Analisis Intenal Factor Evalution (IFE)

Setelah penilaian berbagai indikator internal dan eksternal, tahap berikutnya adalah evaluasi berdasarkan bobot masing-masing indikator. Hasil evaluasi kondisi internal UKM menunjukkan nilai IFE 2.695 dari skala 5 (lihat Tabel 5.3). Jika menggunakan nilai 2,6 sebagai *cut-off*, maka nilai IFE ini dapat diartikan bahwa secara umum UKM produk makanan olahan memiliki kekuatan internal untuk berinovasi. Namun demikian, kekuatan internal ini masih perlu ditingkatkan hingga di atas nilai 3,6 agar UKM produk makanan olahan dapat bersaing di pasar global

TABLE 5.3
INTERNAL FACTOR EVALUATION (INDEX VALUE)

Faktor	Indikator	Asesment Score (a)	Weight (b)	Index Value (a x b)	
Internal Faktor	Diversifikasi bahan baku	D1	1,62	0,055	0,088916667
	Inovasi proses produksi	D2	2,03	0,095	0,193166667
	Pengembangan produk Packaging	D3	3,05	0,098	0,2989
	Inovasi dalam pemasaran	D4	2,60	0,062	0,1612
	Distribusi barang dagangan	D5	3,55	0,054	0,1917
	Mekanisme pembayaran/transaksi penjualan	D6	2,58	0,045	0,11625
	Kemampuan penggunaan Internet	D7	3,05	0,035	0,10675
	Penggunaan fasilitas e-Commers	E1	3,03	0,062	0,188066667
	Akses terhadap Internet	E2	2,45	0,045	0,11025
	Kemampuan Komputer	E3	2,47	0,075	0,185
	Modal kerja pengadaan bahan baku	E4	2,80	0,045	0,126
	Ketersediaan bahan baku	F1	2,88	0,065	0,187416667
	Keterlambatan pasokan	F2	2,63	0,075	0,1975
	Saluran distribusi bahan baku	F3	2,57	0,062	0,159133333
	Stabilitas harga bahan baku	F4	3,07	0,062	0,190133333
	F5	3,00	0,065	0,195	
<i>Benchmark Value</i>		IFE Score	2,695383333		

5.4 Eksternal Factor Evaluastion (EFE)

Pengembangan UKM tidak hanya ditentukan oleh faktor internal tetapi juga sangat tergantung pada kondisi eksternal. Hasil evaluasi pada faktor eksternal menunjukkan nilai EFE 2,5268 (lihat tabel 5.4), nilai ini dapat diartikan bahwa kondisi eksternal UKM tidak sempurna untuk mendorong pengembangan produk dan inovasi untuk UKM. Nilai EFE yang dianggap ideal untuk pengembangan UKM di atas 3,6.

TABLE 5.4
EXTERNAL FACTOR EVALUATION (INDEX VALUE)

Faktor	Indikator	Asesment Score (a)	Weight (b)	Index Value (a x b)	
Eksternal Factor	Infrastruktur dan Transportasi	A1	2,95	0,062	0,1829
	Listrik dan Air Bersih	A3	3,70	0,035	0,1295
	Telekomunikasi	A5	3,10	0,096	0,2976
	Prasarana penunjang di tempat usaha	A6	2,27	0,015	0,034
	Bantuan terhadap akses permodalan	B1	1,62	0,062	0,100233333
	Fasilitas promosi terpadu dari pemerintah	B2	2,23	0,093	0,2077
	Kemudahan administrasi usaha	B3	3,33	0,042	0,14
	Kebijakan Suku Bunga Kredit untuk Usaha Kecil	B5	2,52	0,085	0,213916667
	Kebijakan Sektor keuangan lainnya	B6	1,60	0,035	0,056
	Sistem Informasi Pasar	B7	3,00	0,089	0,267
	Mekanisme perijinan usaha	B8	3,72	0,032	0,118933333
	Bantuan pengembangan usaha	B10	2,25	0,083	0,18675
	Bantuan HKI	B11	2,12	0,035	0,074083333
	Fasilitasi bahan baku dari pemerintah	B12	2,27	0,025	0,056666667
	Akses terhadap Kredit Perbankan	C1	2,02	0,072	0,1452
	Sumber Modal lembaga keuangan non bank	C2	2,50	0,035	0,0875
	Syarat kredit bagi usaha kecil	C4	1,77	0,042	0,0742
	Sumber tambahan modal usaha	C5	2,33	0,062	0,144666667
	<i>Benchmark Value</i>		EFE		2,51685

Mengacu pada nilai indeks dari masing-masing indikator, indikator urutan pertama adalah jaringan telekomunikasi (0,298), dan yang berikutnya adalah sistem informasi pasar (0,267), kebijakan tingkat bunga untuk usaha kecil (0,214), dan fasilitas promosi terpadu dari pemerintah (0,208). Ini dapat diartikan bahwa indikator tersebut adalah penentu utama untuk meningkatkan inovasi UKM saat ini.

5.5 Matriks Analisis Internal Eksternal (IE Analysis)

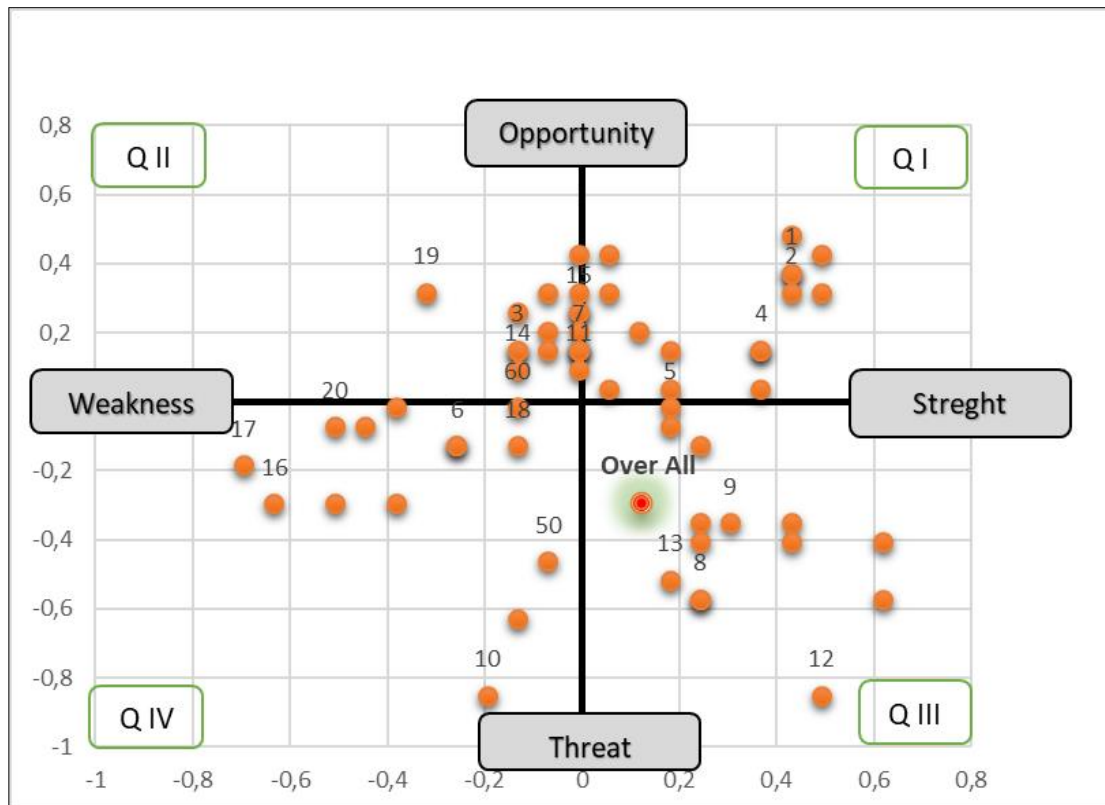
TABLE 5.5
INTERNAL EXTERNAL ANALYSIS AND SWOT QUADRANT

Factor Analysis	Aspect		Asesment Score	Koordinat	Posisi Secara Umum
Internal	S	Kekuatan	0,561	0,122	Quadrant III
	W	Kelemahan	0,439		
External	O	Peluang	0,356	-0,288	
	T	Ancaman	0,644		

5.6 Peta Posisi Bersaing UKM berdasarkan Inovasi Produk

Proses pengembangan UKM tentu tidak dapat bersifat sporadis tetapi harus dilakukan secara terstruktur dan berdasarkan pada kondisi obyektif di masing-masing UKM. Oleh karena itu, pemetaan perlu dilakukan untuk memudahkan proses pengembangan sesuai dengan kondisi obyektif masing-masing UKM.

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa lebih dari 45% UKM yang diamati memiliki kekuatan internal untuk inovasi dan pengembangan bisnis. Namun secara keseluruhan potensi pengembangan UKM masih berada di kuadran III, yang artinya sebagian besar UKM memiliki kekuatan untuk berinovasi dan berkembang tetapi mayoritas masih menghadapi kendala dari sisi eksternal. Berikut adalah hasil pemetaan UKM produk makanan olahan di provinsi Banten:



*Q I = 25 SMEs (25%); Q II = 17 SMEs (28%); Q III = 14 SMEs (23,3%); Q IV = 14 SMEs (23,3%)
 **Over All = Q III

Note:

*Coordinate on X axis (Internal factor) = $\sum (\text{strength} - \text{weakness})$

**Coordinate on Y axis (External factor) = $\sum (\text{Opportunity} - \text{Threat})$

Gambar 5.1 Mapping of Processed Food Product Innovation SMEs

Kuadran I - kondisi sangat potensial untuk dikembangkan. Dalam posisi ini, ada 15 atau sekitar 25% dari UKM yang diamati. UKM dalam posisi ini membutuhkan pengembangan strategi agresif atau strategi yang berorientasi pada pertumbuhan. Secara umum, UKM dalam posisi ini adalah UKM yang memiliki kekuatan tawar yang kuat di pasar sehingga mereka dapat mengendalikan kondisi pasar, ini adalah faktor yang menentukan daya saing.

Kuadran II - UKM dalam posisi ini memiliki kelebihan dari kondisi eksternal atau dengan kata lain memiliki peluang yang cukup besar untuk terus tumbuh. Namun, dari sisi internal, masih sangat lemah sehingga potensi atau peluang itu akan terbuang sia-sia. Berdasarkan analisis, sebanyak 17 atau 28% dari UKM diamati, berada di posisi ini. Mereka membutuhkan strategi kemitraan internal atau strategi turnaround-style yang memprioritaskan pembangunan internal untuk menangkap lebih banyak peluang.

Kuadran III - UKM dalam posisi ini adalah UKM yang memiliki kekuatan internal yang baik dan memiliki potensi untuk dikembangkan, tetapi mereka menghadapi ancaman eksternal yang mengganggu pertumbuhan. Sebanyak 14 atau 23% dari UKM yang diamati, berada di posisi ini. Mereka membutuhkan strategi diversifikasi, yang menggunakan kekuatan internal untuk menangkap lebih banyak peluang sehingga dapat mengurangi dampak dari ancaman yang ada.

Kuadran IV - dalam posisi ini, UKM akan menghadapi banyak kendala dalam proses pengembangan mereka. Sebanyak 14 atau 23% dari UKM yang diamati, berada di posisi ini. Mereka sangat rentan terhadap ancaman eksternal. Kelemahan internal mereka membuat mereka tidak cukup baik untuk memanfaatkan peluang yang ada, dan banyak ancaman yang tidak dapat dihilangkan yang menyebabkan UKM dalam posisi ini tidak memiliki kekuatan tawar di pasar.

5.7 Rekomendasi Perbaikan berdasarkan Skala Prioritas

Untuk memperbaiki kondisi dan posisi UKM agar lebih inovatif dan kompetitif, skala prioritas dibutuhkan oleh pengambil keputusan. Penelitian ini menggunakan Analisis Nilai Tertimbang untuk menghasilkan indeks prioritas berdasarkan setiap tingkat kepentingan faktor, sehingga analisis ini memperoleh urutan indikator yang dapat diimplementasikan pada pengembangan UKM. Prioritas perbaikan disajikan pada Tabel 5.6 berikut:

TABLE 5.6
Priority Improvement Index

<i>External Factor Priority Improvement</i>		Priority Index (P index)
	Indicator	
B7	Market Information System	0,0445
B5	Interest Rate Policies for Small Business	0,0396
B2	Integrated promotion amenities from government	0,0391
B10	Business development assistance	0,0349
C5	Additional source of working capital	0,0285
C1	Access to bank loan	0,0281
C2	Access to non-banking loan	0,0175
B1	Assistance to capital access	0,0167

<i>External Factor Priority Improvement</i>		
	Indicator	Priority Index (P index)
C4	Loan term of condition for small business	0,0164
B11	IPR assistance	0,0137
B12	raw material amenity from the government	0,0110
B6	Other financial sector policies	0,0091
A6	Supporting infrastructure for business place	0,0066
<i>Internal Factor Priority Improvement</i>		
	Indicator	Priority Index (P index)
D2	Innovation on Production Process	0,0380
E3	Access to the Internet	0,0338
F3	Supply Shortage	0,0304
E2	Use of e-Commerce facilities	0,0198
D1	Row Material diversifications	0,0160

*Priority Index (sorted) = Importance Weight (W) x Normalize Assesment Score (a)

Berdasarkan pada hasil analisis, ada tiga prioritas faktor eksternal untuk perbaikan UKM, yang terdiri dari: *Pertama*, membangun sistem informasi pasar untuk UKM, sistem ini akan meningkatkan peluang bagi UKM untuk membawa produk mereka lebih dekat ke pasar dan meningkatkan UKM untuk mengumpulkan umpan balik dari pelanggan mereka. Jika pasar memiliki akses ke UKM, proses berbagi pengetahuan pelanggan akan dibuat dan mempercepat proses inovasi berdasarkan kebutuhan konsumen. *Kedua*, meningkatkan kebijakan suku bunga untuk usaha kecil. Prioritas peningkatan ini akan mempercepat pertumbuhan dan menjadi landasan bagi inovasi berbasis konsumen yang selaras dengan keputusan prioritas pertama. *Ketiga*, pemerintah diharapkan lebih agresif dan lebih proaktif dalam memberikan promosi dan mengesahkan fasilitas untuk semua UKM yang ada. Ketiga prioritas ini adalah platform untuk UKM agar lebih dekat dengan konsumen, memperkenalkan produk mereka, memperkuat modal kerja dan mempercepat proses inovasi.

Di sisi internal, perbaikan dan prioritas pengembangan terdiri dari: *pertama*, meningkatkan dan berinovasi proses produksi, dengan memperkuat ini, UKM akan mendapatkan kemampuan untuk merespon pasar dengan cepat dan efektif. *Kedua*, meningkatkan akses ke internet. Kemampuan internal ini akan memiliki dampak positif jika UKM menggunakan internet untuk kegiatan pengembangan bisnis. *Ketiga*, prioritas

perbaikan internal yang harus dilakukan oleh UKM adalah mengelola pasokan bahan baku untuk produksi. Jika pengadaan dan inventarisasi bahan baku dikelola dengan benar, maka proses produksi akan berjalan efektif dan efisien yang akan mendorong proses inovasi menjadi lebih baik.

BAB VI

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1 KESIMPULAN

Pertumbuhan ekonomi di sebagian besar negara berkembang didukung oleh pengembangan UKM mereka. Di Indonesia, dengan sejumlah besar UKM, peningkatan kinerja UKM tentu akan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi makro nasional. Industri makanan olahan berdasarkan sumber daya lokal adalah sektor yang harus banyak dikembangkan karena berkelanjutan dan memiliki efek pengganda yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Keberhasilan pengembangan UKM tidak hanya ditentukan oleh faktor internal tetapi juga perlu didukung oleh peningkatan faktor eksternal, upaya bersama antara pemerintah dan pengusaha diperlukan dalam rangka menciptakan iklim bisnis yang mendorong inovasi untuk meningkatkan daya saing mereka.

Kemajuan teknologi produksi, keterbukaan terhadap informasi dan meningkatnya penggunaan internet sebagai alat pemasaran telah mendorong UKM untuk berubah menjadi unit bisnis yang inovatif. Bagi wirausahawan, ini harus dilihat sebagai peluang untuk melakukan berbagai inovasi berdasarkan kebutuhan pelanggan daripada ancaman. bagi pemerintah, diharapkan untuk menetapkan kebijakan progresif untuk mempercepat pengembangan UKM secara terstruktur sesuai dengan kondisi obyektif mereka.

6.2 REKOMENDASI

Berdasarkan pada hasil analisis, terdapat tiga rekomendasi prioritas bagi pemerintah untuk perbaikan UKM, yang terdiri dari:

- Pertama, membangun sistem informasi pasar untuk UKM, sistem ini akan meningkatkan peluang bagi UKM untuk membawa produk mereka lebih dekat ke pasar dan meningkatkan UKM untuk mengumpulkan umpan balik dari pelanggan mereka. Jika pasar memiliki akses ke UKM, proses berbagi pengetahuan pelanggan akan dibuat dan mempercepat proses inovasi berdasarkan kebutuhan konsumen.
- Kedua, meningkatkan kebijakan suku bunga untuk usaha kecil. Prioritas peningkatan ini akan mempercepat pertumbuhan dan menjadi landasan bagi inovasi berbasis konsumen yang selaras dengan keputusan prioritas pertama.
- Ketiga, pemerintah diharapkan lebih agresif dan lebih proaktif dalam memberikan promosi dan mengesahkan fasilitas untuk semua UKM yang ada. Ketiga prioritas ini adalah platform untuk UKM agar lebih dekat dengan konsumen,

memperkenalkan produk mereka, memperkuat modal kerja dan mempercepat proses inovasi.

Di sisi internal UKM, rekomendasi untuk perbaikan yang dapat menjadi prioritas untuk peningkatan inovasi dan daya saing UKM terdiri dari:

- Pertama, meningkatkan dan berinovasi proses produksi, dengan memperkuat ini, UKM akan mendapatkan kemampuan untuk merespon pasar dengan cepat dan efektif.
- Kedua, meningkatkan akses ke internet. Kemampuan internal ini akan memiliki dampak positif jika UKM menggunakan internet untuk kegiatan pengembangan bisnis.
- Ketiga, prioritas perbaikan internal yang harus dilakukan oleh UKM adalah mengelola pasokan bahan baku untuk produksi. Jika pengadaan dan inventarisasi bahan baku dikelola dengan benar, maka proses produksi akan berjalan efektif dan efisien yang akan mendorong proses inovasi menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., and Herron, M (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39, 54-84.
- Barnett, H. G. (1953). *Innovation: The Basis of Cultural Change*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 1(34), 555–590.
- Indarti, a. V. G. (2005). Knowledge as Critical Resource in Innovation Among Small Furniture Companies In Indonesia. *Gajah Mada International Journal of Business*, 7(3).
- Kanter, R. (1985). Supporting innovation and venture development in established companies. *Journal of Business Venturing*, 1, 47-60.
- Kristiansen, S., Kimeme, j., Mbwambo, A., & Wahid, F. (2005). Information Flows and Adaptation in Tanzanian Cottage Industries. *Entrepreneurship & Regional Development*, 17(5), 365-388.
- Nassimbeni, G. (2001). Technology, innovation capacity, and the export attitude of small manufacturing firms: a logit/tobit model. *Research Policy*, 30(2), 245-262.
- Nooteboom, B. (1994). Innovation and diffusion in small firms: theory and evidence. *Small Business Economics*, 6(5), 327–347.
- Oke, A., Burke, G., & Myers, A. (2007). Innovation types and performance in growing UK SMEs. *International Journal of Operation and Production Management* 27(7), 735-753.
- Thompson, V. A. (1965). Bureaucracy and innovation. *Administration Science Quarterly*, 5(1), 20.
- Vossen, R. W. (1998). Relative Strengths and Weaknesses of Small Firms in Innovation. *International Small Business Journal*, 16, 88–95.
- West, M. A., and Farr, J. L. (1990). *Innovation at work* (M. A. W. a. J. L. Farr Ed.). Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.

Lampiran 1

Justifikasi Anggaran

1. Honor/Kelebihan jam penelitian

No.	Honor/kelebihan jam	Honor/Jam (Rp)	Waktu (jam/minggu)	Minggu	Honor/kelebihan jam (Rp)
1	Ketua	18.750	12	24	5.400.000
2	Anggota Tim Peneliti I	15.000	10	24	3.600.000
3	Anggota Tim Peneliti II	15.000	10	24	3.600.000
5	Teknisi	12.500	8	12	1.200.000
6	Pembantu Lapangan	12.500	8	12	1.200.000
Jumlah Biaya					15.000.000

2. Bahan Habis Pakai

No	Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Honor bahan habis pakai (Rp)
1	Kertas A4	Pembuatan Laporan	25	rim	38.000	950.000
2	Toner	Pembuatan Laporan	4	bh	400.000	1.600.000
3	Ballpoint	Pembuatan Laporan	4	lusin	40.000	160.000
4	Spidol	Pembuatan Laporan	4	lusin	36.000	144.000
5	Label adhesive	Pembuatan Laporan	4	bgks	35.000	140.000
6	Pensil	Pembuatan Laporan	4	lusin	30.000	120.000
7	Staplesh	Pembuatan Laporan	4	bh	10.000	40.000
8	Map	Pembuatan Laporan	3	bgks	30.000	90.000
9	Isi staplesh	Pembuatan Laporan	4	bgks	5.000	20.000
10	Materai	Pembuatan Laporan	30	bh	7.000	210.000
Jumlah Biaya						3.474.000

3. Peralatan Penunjang

No	Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Honor peralatan penunjang (Rp)
4	Flask Disk	Pembuatan Laporan	5	bh	150.000	750.000
5	CD	Pembuatan Laporan	5	lusin	80.000	400.000
Jumlah Biaya						1.150.000

4. Perjalanan

No	Perjalanan	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
1	Transportasi kab Serang, Pandeglang, Cilegon, kab Tangerang, kab Lebak, Tangerang, Tangerang Selatan	survey, penyebaran & pengambilan kuesioner	14	Orang	450.000	6.300.000
2	Transportasi dalam kota Serang	survey, penyebaran & pengambilan kuesioner	4	Orang	250.000	1.000.000
3	Pengawasan	survey, penyebaran & pengambilan kuesioner	3	Orang	900.000	2.700.000
Jumlah Biaya						10.000.000

5. Lain-lain

No	Kegiatan	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
1	Cetak Kuesioner	Penyebaran kepada responden	420	Eks	7.000	2.940.000
1	Penyusunan Laporan	Pembahasan Hasil	1	Paket	2.000.000	500.000
2	Laporan Kemajuan Tahap I	Laporan Pelaksanaan	1	Paket	2.000.000	500.000
3	Laporan Kemajuan Tahap II dan Laporan Akhir	Laporan Pelaksanaan	1	Paket	2.000.000	500.000
5	Publikasi dalam jurnal Internasional	Publikasi Hasil penelitian	1	Bh	8.000.000	7.000.000
6	Biaya mengikuti seminar Internasional	Seminar Luar negeri	1	Paket	10.000.000	7.000.000
7	Bayar pajak	Pembelian perlengkapan dan peralatan	1	Paket	1.000.000	1.936.000
Jumlah Biaya						20.376.000

Lampiran