

Mebel Ukir Jepara dalam Menghadapi Kompetisi Perdagangan Global: Analisis Upgrading dalam Global Value Chain

Febrilya Widiartanti*

wfebrilya@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya pemerintah dalam meningkatkan daya saing industri mebel ukir kayu lokal yang disebut dengan Mebel Ukir Jepara (MUJ) dalam menghadapi kompetisi perdagangan global. Penelitian ini fokus pada kebijakan pemerintah untuk memfasilitasi kegiatan *upgrading* dan untuk meningkatkan nilai tambah MUJ dengan menggunakan analisis *upgrading* dalam Global Value Chain. Data diperoleh dari wawancara dan sebagian besar dari tinjauan pustaka di beberapa jurnal, koran dan artikel-artikel online, serta referensi data dari internet. Penelitian penelitian ini menghasilkan beberapa penemuan. *Pertama*, bentuk *upgrading* MUJ dibagi menjadi dua yakni, *upgrading* statis dan dinamis. *Kedua*, untuk menghadapi kompetisi perdagangan global serta untuk meningkatkan nilai tambah, *policy rent* terhadap *upgrading* industri MUJ sangat diperlukan. *Ketiga*, upaya strategi *upgrading* tidak aplikatif terhadap industri MUJ karena beberapa kendala. Pengetahuan dan kesadaran pemerintah serta masyarakat dalam pengembangan produksi yang lebih efisien merupakan hal yang pokok untuk menghadapi kompetisi perdagangan global.

Kata kunci: *daya saing, MUJ, kebijakan pemerintah, kompetisi perdagangan global.*

Abstract

This thesis aims to analyze governance's effort to enhance competitiveness of its local wood carving furniture industry called Mebel Ukir Jepara (MUJ) to deal with global trade competition. This research focuses on governance policy to facilitate upgrading activities and to enhance value added of MUJ, by using upgrading analysis in Global Value Chain. Data was obtained mostly by conducting literature review from journal, newspaper and online articles, as well as many useful data from internet. Furthermore, this research came up with several findings. First, upgrading of MUJ is divided into two categories, static and dynamic upgrading. Second, in order to deal with global trade competition, and to enhance value added, policy rent on upgrading MUJ industry is highly required. Third, upgrading strategic is not able to be applied in MUJ industry because of some obstacles. Knowledge and awareness of the governance also society to develop an efficiency production is substantial toward global trade competition.

Keywords: *competitiveness, global trade competition, governance policy, MUJ*

Pendahuluan

Perdagangan bebas telah menjadi *trend* di era globalisasi saat ini, sekaligus pemicu yang mendorong setiap negara untuk mampu berkompetisi satu sama lain dalam aktifitas penawaran dan permintaan di pasar global. Selain dapat menjadi peluang untuk meningkatkan kualitas bersaing, liberalisasi perdagangan juga dapat

* Korespondensi : Jurusan Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Febrilya Widiartanti, Mantingan RT 12/06 Kec. Tahunan Kab. Jepara, HP 081328748027

menjadi tantangan suatu negara dalam mengembangkan dan menjual komoditas produknya, salah satunya adalah komoditas produk mebel. Pada tahun 2010, perdagangan mebel di dunia telah mencapai 135 miliar USD atau sekitar 1% dari total perdagangan dunia di bidang manufaktur (CIFOR, 2012). Sebesar 54% dari ekspor mebel berasal dari negara sedang berkembang seperti Malaysia, Meksiko, Polandia, Cina, termasuk Indonesia.

Sebagai salah satu komoditas produk unggulan Indonesia, industri mebel menghadapi tantangan dan berbagai hambatan dalam kompetisi perdagangan global yang semakin bebas. Dibandingkan dengan kawasan Utara Vietnam dan Ha Noi yang merupakan produsen mebel ukir kayu, industri mebel di Jepara masih tergolong berdaya saing rendah. Sehingga, pelaku usaha Mebel Ukir Jepara (MUJ) perlu meningkatkan nilai tambah industri untuk berkompetisi di pasar global melalui strategi *upgrading*. Oleh karena itu, upaya pemerintah dalam memberikan fasilitas terhadap kelancaran aktifitas *upgrading* industri merupakan hal yang penting. Melalui penelitian ini, analisis *upgrading* dari pendekatan Global Value Chain menjadi sudut pandang peneliti dalam memetakan serta mengkategorikan kebijakan pemerintah kedalam tahapan *upgrading*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang merupakan suatu metode yang bersifat deskriptif dan menganalisa fenomena atau isu yang terjadi pada sebuah konteks sosial. Adapun data atau sumber penulisan penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder yang berupa:

1. Data primer, berupa data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan pihak terkait seperti Pemerintah Daerah Kabupaten Jepara, Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag), Asosiasi Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (ASMINDO) Jepara, lembaga penelitian seperti CIFOR Indonesia, institusi terkait seperti SMK dan STTDNU (Sekolah Tinggi Teknologi Desain Nahdlatul Ulama) dan beberapa pengusaha mebel serta pengrajin (UKM).
2. Data sekunder, yakni data yang diperoleh dari hasil tulisan atau penelitian yang telah dipublikasi seperti buku, jurnal, penelitian maupun disertasi,

dokumen, artikel, media cetak dan berbagai sumber yang relevan dengan hasil penelitian yang akan disusun.

Dengan mengkaitkan berbagai data tersebut dan melalui analisis konseptual, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran jelas mengenai perkembangan isu tentang industri dan komoditas produk MUJ dalam kompetisi perdagangan global. Serta menganalisa peranan pemerintah melalui kebijakan yang mendukung aktifitas *upgrading* pada MUJ.

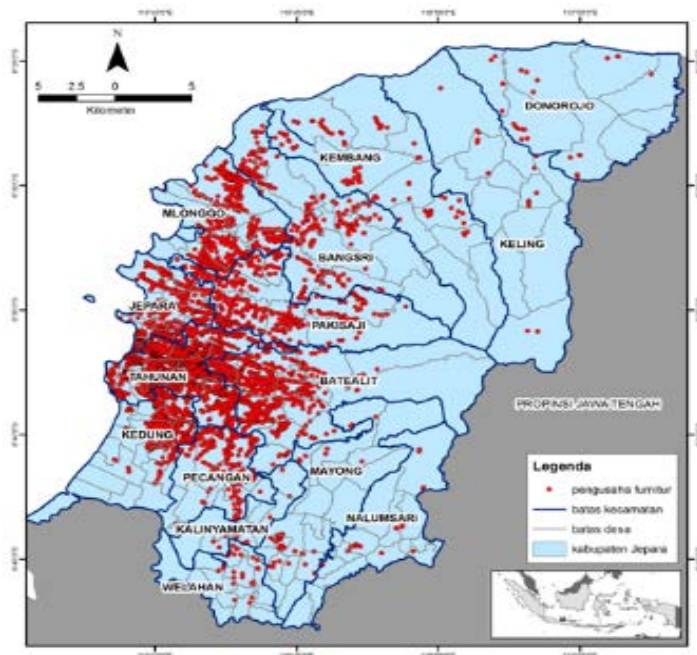
Pembahasan

Pelaku Industri MUJ

Terdapat beberapa sentra MUJ yang tersebar di berbagai Kecamatan di penjuruk Kabupaten Kota Jepara yang dikelompokkan berdasar pada jenis dan model produk unggulan mebel ukir yang diproduksi. Secara umum kategori sentra mebel ukir di Jepara dibagi berdasarkan dua kategori yakni jenis produk yang memiliki spesifikasi khusus dan jenis produk yang sudah terbentuk sentra produksi, yakni sebagai berikut (Utomo, 2012:148-150):

- Semua jenis produk mahoni *indoor* memiliki spesifikasi khusus terutama untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan ekspor yang meliputi desain, ukuran, detail ukiran, persyaratan bahan, dan lain-lain. Produk tersebut tersebar di beberapa sentra khusus, sebagian besar di Kecamatan Batealit, Kecamatan Tahunan, dan selebihnya berada di Kecamatan Bangsri serta Kecamatan Kedung. Dalam tahap pemasaran, produk mahoni *indoor* lebih mendominasi karena sebagian besar eksportir memberikan order kepada pengrajin kecil terhadap produk tersebut.
- Semua jenis produk jati *outdoor* atau mebel *garden* yang dikerjakan secara konvensional maupun dengan mesin terdapat di Desa Srobyong, Desa Karanggondang, Desa Plajan dan beberapa desa di Kecamatan Kembang dan Kecamatan Keling.
- Produk relief, yang merupakan karya besar pengrajin ukir dengan keahlian khusus yang tidak pernah diproduksi di daerah lain merupakan produk unggulan yang berada di Desa Senenan sebagai Sentra relief.

- Jenis produk kursi tersebar di beberapa desa berdasarkan spesifikasi tertentu yakni, kursi romawi dan manaco berada di Desa Senenan, kursi anggur berada di Desa Kedung Cino, kursi perahu berada di Desa Bandengan, kursi salina berada di Desa Sukodono.
- Mebel kayu utuh berbentuk kerang, kepiting, bunga dan lainnya memiliki pusat produksi di Desa Sukodono, Desa Langon dan Desa Sukosono.
- Produk seni ukiran patung, dan *souvenir* memiliki pusat produksi di Desa Mulyo Harjo sebagai Sentra Patung, serta berada di Desa Kuwasen, dan Desa Kawak.
- Bufet dan meja makan memiliki pusat produksi di Desa Mantingan (untuk set ruang makan biasanya diambilkan kursi dari Desa Sukodono dan disekitar Desa Mantingan lainnya).
- Sketsel dan gebyok sebagian besar diproduksi di Desa Pekalongan, Desa Kecapi dan Desa Karanganyar.
- Jenis produk almari pakaian, almari ruang makan, meja rias memiliki pusat produksi di Desa Kecapi dan Desa Bulungan.
- Dipan atau tempat tidur segala model memiliki pusat produksi di Desa Tahunan.



**Gambar 1. Peta penyebaran perusahaan mebel di Kabupaten Jepara
(CIFOR, 2011)**

Sebagian besar dari pusat produksi yang tersebar di beberapa lokasi dengan spesifikasi tersebut merupakan unit usaha yang tergolong dalam industri kecil dan menengah, sebagai produsen yang bisa secara langsung berinteraksi dengan pembeli atau melakukan sistem produksi sesuai dengan order perusahaan besar dan eksportir.

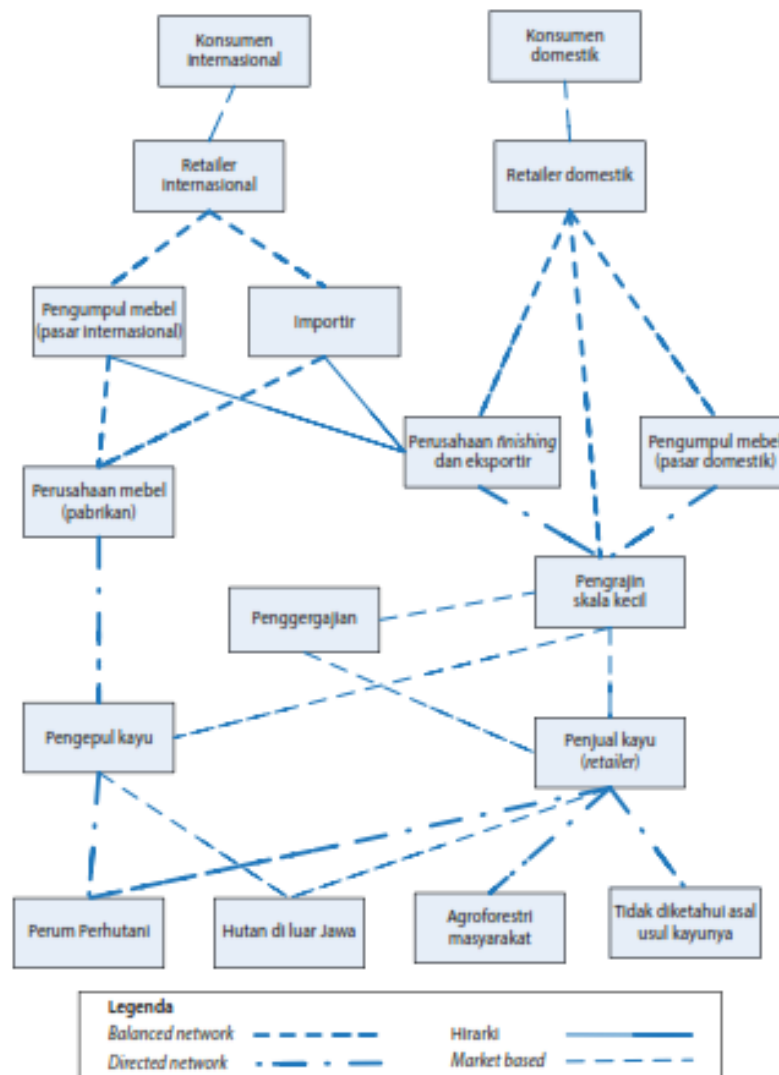
Analisa Rantai Nilai

Setelah pembahasan mengenai pemetaan rantai nilai dengan lembaga-lembaga terkait yang menunjukkan fungsi dan peran masing-masing, selanjutnya perlu dipahami juga tentang hubungan dalam rantai nilai. Terdapat empat jenis indikator hubungan dalam rantai nilai:

- a. Market-based atau berbasis pasar, dicirikan dengan banyaknya pelanggan atau pemasok, pengulangan transaksi namun arus informasi terbatas dan tidak ada bantuan teknis
- b. Balanced-network atau jaringan seimbang, ditandai oleh pemasok yang memiliki banyak pelanggan, aliran informasi berlangsung dua arah, dan kedua belah pihak memiliki kemampuan dan komitmen untuk menyelesaikan masalah melalui negosiasi
- c. Directed-network atau jaringan terarah, yang ditandai oleh adanya pelanggan utama yang membeli sekurang-kurangnya 50% dari output, pelanggan mendefinisikan produk dan menyediakan bantuan teknis, dan ada ketidakseimbangan informasi
- d. Hirarki yang ditandai oleh adanya integrasi vertikal, penciptaan pasokan diputuskan oleh pelanggan dan otonomi yang sangat terbatas untuk mengambil keputusan di tingkat lokal.

Melalui survei yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa pelaku usaha dengan menggabungkan data literature yang diperoleh dari lembaga penelitian CIFOR yang telah melakukan penelitian mengenai furniture value chain sebelumnya, menghasilkan analisa terkait beberapa indikasi hubungan dalam rantai nilai. Berikut adalah gambar hubungan rantai nilai mebel ukir di Jepara yang diolah oleh CIFOR.

Gambar 2. Rantai nilai MUJ (Sumber: Purnomo dkk, 2011)



Melalui rantai nilai MUJ di atas, tim penelitian CIFOR menjelaskan beberapa tipe hubungan yang terjadi. Tipe hubungan antara pembeli global dan perusahaan finishing yang juga bertindak sebagai pengeksportir adalah hirarki.

Perusahaan finishing menerima intruksi dari pembeli global mengenai spesifikasi produk dan desain. Pembeli global adalah anak perusahaan dari pengecer di luar negeri. Hanya sedikit perusahaan finishing yang mengembangkan desain sendiri, karena sebagian besar sangat protektif dan berhati-hati untuk tidak mengambil resiko dalam hal desain. Ada kekhawatiran bahwa desain mereka akan ditiru dan dibuat secara massal. beberapa perusahaan finishing memiliki ruang pameran sendiri yang terletak di Jepara ataupun kota-kota lain. Namun, eksportir juga diarahkan oleh importir dan perantara (broker) global, sehingga diklasifikasikan dalam tipe hubungan jaringan terarah.

Sebagian besar pengrajin kecil di Jepara berada dalam hubungan directed network dengan broker dalam negeri. Broker menjadi pelanggan utama bagi produsen berskala kecil dan mengkonsumsi lebih dari 50% dari produk mereka. Broker dapat dengan mudah beralih dari satu pengrajin ke pengrajin lain. Tipe hubungan ini juga ditentukan antara eksportir dan pengrajin kecil. Beberapa situasi menunjukkan hubungan menjadi hirarkis karena eksportir memiliki control lebih besar pada pengrajin kecil. Beberapa pengrajin kecil memiliki ruang pameran mereka sendiri untuk mempromosikan produknya. Namun, permasalahan utama yang kemudian dihadapi oleh produsen dalam hubungan ini adalah pemasaran dan harga.

Para pengrajin mebel mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih pasif karena menunggu pembeli baru tanpa berusaha mencari. Sebagai konsekuensi dari akses pasar yang terbatas, terdapat keluhan lain yang dihadapi yakni harga produk yang cenderung rendah dan sering mengalami masalah dengan pembeli yang menunda pembayaran. Hubungan ini juga dialami oleh para pengrajin berskala kecil yang memiliki ruang pameran sendiri merasa bahwa desain ditentukan oleh order yang diberikan perusahaan besar yang pada awalnya hanya merupakan pelanggan yang mengkonsumsi sebagian besar produk mereka. Namun, semakin lama hubungan jaringan terarah yang terjadi, semakin menuju pada hubungan hirarkis.

Selanjutnya, produsen mebel mekanis atau pabrikan memiliki posisi yang lebih baik dalam rantai nilai. Mereka berada pada tipe hubungan jaringan seimbang dengan tingkat yang lebih tinggi yakni para pembeli dan pengumpul mebel untuk pasar global dan importir. Beberapa produsen tersebut menjual produk mereka langsung ke showroom dan konsumen akhir melalui adanya informasi dua arah yang

seimbang. Produsen seperti ini dapat menegosiasikan harga dan menentukan kualitas produk. Hubungan ini biasanya terjadi pada beberapa produsen besar yang memiliki ruang pameran di sepanjang jalan di Kecamatan Tahunan menuju ke pusat kota Jepara. Hal ini dapat dilihat dari beberapa perusahaan mebel berskala menengah yang produknya disuplai oleh produsen dari Mantingan, Sukodono dan Menganti ini menentukan harga sesuai dengan kesepakatan dengan pembeli. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan mebel berskala menengah tersebut merupakan produk yang berkualitas baik sehingga pembeli tidak bisa menentukan harga sendiri, karena harus melalui kesepakatan terlebih dahulu.

Tipe hubungan antara pengrajin dan pedagang kayu gelondongan, serta antara para pedagang kayu gelondongan dan pialang kayu umumnya adalah tipe hubungan kompetitif berdasarkan market based. Hal tersebut ditandai dengan hubungan dan transaksi antara produsen dan konsumen yang mengikuti mekanisme pasar yang kompetitif. Hal ini juga ditemukan dalam hubungan antara pengrajin mebel yang menjual produk mereka langsung kepada pengguna akhir. Namun, hal ini sangat jarang terjadi di industri MUJ (CIFOR, 2009). Dengan kata lain, bahwa industri mebel ukir di Jepara masih belum memiliki daya saing yang cukup kuat untuk masuk dalam pasar yang kompetitif, sehingga dalam perkembangannya, MUJ masih dalam proses perkembangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan dukungan dari strategi Pemerintah Daerah dan institusi penelitian serta lembaga terkait.

Bentuk *Upgrading* Industri MUJ

Tersebar di 16 Kecamatan dengan total unit usaha sejumlah 6.183 pada tahun 2013 dan memiliki tenaga kerja sebanyak 76.126 orang serta menyumbang 27% PDRB, industri MUJ berpotensi besar menjadi industri yang berorientasi ekspor. Pada tahun 2014 perdagangan ekspor MUJ menyumbang paling besar dari total nilai perdagangan ekspor keseluruhan di Jepara yang mencapai USD 131,1 juta, yakni mengalami kenaikan sebesar 16,48% dari tahun 2013. Namun, perdagangan ekspor komoditas tersebut tidak selalu mengalami kenaikan, terjadi pasang surut sejak tahun 2010 yang dapat diperhatikan pada tabel perdagangan ekspor MUJ berikut ini.

Tabel 1. Data perdagangan ekspor MUJ 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Nilai (USD Juta)	111,5	111,65	102,78	99,88	114,78
Volume (Juta Kg)	Null	34	29,82	29,35	31,18
Jumlah Negara Tujuan	99	101	null	132	166
Jumlah Eksporter	282	268	240	259	223

(Diolah dengan sumber dari BPS Kabupaten Jepara)

Upgrading Statis

Memberikan elemen yang unik dan sulit untuk ditiru serta dapat bertahan lama merupakan strategi yang dilakukan untuk menciptakan nilai tambah di mata konsumen. Industri mebel ukir di Jepara merupakan industri yang berbasis pada komoditas unggulan lokal yang mempunyai ciri khas yang unik. Motif ukiran memiliki makna filosofis yang dilatarbelakangi adanya perkembangan, perubahan dan paduan pola ukir yang hidup di masyarakat setempat pada waktu itu (Buku IG, 2010). Sehingga dapat dikatakan bahwa sejarah panjang perkembangan MUJ yang memberikan pengaruh budaya dan nilai estetika pada motif yang dihasilkan dari masa ke masa hingga saat ini.

Keunggulan dari produk MUJ ini adalah dari pahatan pola dan motif ukiran yang tidak mudah ditiru oleh produsen dari kota maupun negara lain. Keseluruhan dari motif ukiran Jepara menunjukkan identitas tersendiri bahwa motif tersebut hanya dikembangkan di industri MUJ oleh pengrajin lokal. Ditambah dengan adanya keunikan dan ciri khas MUJ yang memperlihatkan budaya lokal yang kuat, menjadikan MUJ sebagai satu-satunya produk mebel ukir dari semua produk mebel nasional maupun internasional yang memiliki perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di bidang Indikasi Geografis pada tahun 2010. Adapun pengakuan atas perlindungan Indikasi Geografis tersebut berdasarkan pada mutu dan ciri khas produk serta tradisi, nilai-nilai pewarisan budaya dan tata cara produksi yang dikembangkan oleh masyarakat Jepara.

MUJ merupakan produk mebel ukir yang paling menonjolkan gaya ukiran kayu Indonesia karena memiliki keindahan dan ukiran yang berkualitas tinggi, klasik dan elegan, sehingga jenis ukiran yang seperti itulah yang menjadi produk yang disukai konsumen khususnya dari Eropa dan Amerika Serikat (TREDA, 2008).

Dengan diperolehnya perlindungan hak Indikasi Geografis menambah nilai tambah dan menguatkan tradisi lokal pada produk MUJ, sehingga menjadi “bekal” yang cukup untuk bersaing baik di dalam maupun luar negeri.

Upgrading Dinamis

Pengrajin beranggapan bahwa untuk menghasilkan produk yang berkualitas walaupun dengan modal yang minimalis langkah pertama adalah memilih bahan baku yang tepat. Saat ini pasokan bahan baku dari Jepara semakin menipis sehingga harga yang didapat dari Perhutani semakin mahal, untuk mensiasati hal tersebut bengkel kerja yang dijalankannya menggabungkan bahan baku alternatif dengan bahan baku kayu jati yang berkualitas tinggi, sehingga menghasilkan produk jadi yang lebih unik dan menarik. Untuk menghindari kerusakan saat mengukir atau melakukan proses produksi dia lebih memilih untuk menggunakan bahan baku yang memiliki kualitas dan terjamin sehingga dapat memenuhi permintaan pelanggan. Serta agar mendapat kepercayaan konsumen, produsen harus mampu memberikan produk jadi yang sesuai dan berkualitas dengan langkah pertama adalah memilih bahan baku yang benar.

Bahan baku yang berkualitas tidak jauh dari sertifikasi legal yang saat ini menjadi topik hangat untuk dibicarakan pada semua kalangan pelaku usaha mebel maupun sektor olahan kayu lainnya. Ecolabelling atau yang saat ini tenar dalam dunia permebelan Indonesia maupun dunia adalah SVLK, yakni sertifikasi yang dapat menjadi bukti bahwa semua produk kayu yang diekspor merupakan produk legal. Membahas mengenai sertifikasi ecolabel bagi pelaku usaha industri mebel ukir di Jepara, masih sangat minim terhadap kesadaran untuk memproses, namun pemerintah lokal masih mengupayakan untuk membantu memberikan arahan, informasi maupun kepengurusan.

Policy Rent terhadap aktifitas *upgrading* MUJ

Melihat semakin tinggi kompetisi perdagangan mebel internasional dengan semakin banyak pelaku yang terlibat, upaya pemerintah pusat tersebut disambut baik dan dilanjutkan oleh pemerintah daerah. Bersama lembaga-lembaga daerah terkait, pemerintah kabupaten Jepara turut mendukung proses *upgrading*

melalui kebijakan yang dibuat, antara lain meliputi bahan baku seperti budi daya hutan jati serta mendorong pengolahan limbah kayu secara efisien. Penerapan perlindungan hukum melalui UU yang mengatur mengenai persaingan usaha serta UMKM. Pemerintah Jepara memberikan fasilitas pendidikan baik secara formal maupun non-formal. Kebijakan mengenai standardisasi legal serta upaya pemasaran dan branding.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan aktifitas *upgrading* diperlukan peranan pemerintah yang efisien melalui kebijakan-kebijakan proteksionis, seperti yang telah dijabarkan pada penjelasan kebijakan terhadap perdagangan MUJ di atas. Disebut dengan *rente*, merupakan faktor yang menentukan dalam membantu spesialisasi atau diferensiasi dalam perdagangan internasional. Pada kasus MUJ, peranan pemerintah memberikan *policy rent* melalui kebijakan pemerintah untuk mendukung dan memenuhi kebutuhan aktifitas *upgrading* MUJ.

Tabel 2. Peran Pemerintah

Bentuk <i>Rent</i>	Kebijakan Pemerintah
<i>Technological</i>	Penggunaan teknologi industri berwawasan lingkungan.
<i>Human resources</i>	Pendidikan formal dan non-formal tentang seni ukir.
<i>Organizational</i>	Dukungan terhadap lembaga terkait seperti JIP-MUJ, APKJ, ASMINDO Jepara dll
<i>Marketing</i>	<i>Jepara The Carving Center</i>
<i>Relational</i>	Bekerjasama dengan Kementerian Perdagangan untuk membuka akses pasar yang lebih luas

Policy rent dibagi menjadi lima kategori sesuai dengan kebijakan tersebut merupakan peranan pemerintah yang telah dilakukan dalam mendukung atau memfasilitasi aktifitas *upgrading* MUJ. Kelima kategori antara lain teknologi, sumber daya manusia, organisasional, marketing dan relasi, merupakan akses yang diberikan oleh pemerintah dalam perkembangan industri MUJ. Namun, tidak sepenuhnya dari *policy rent* tersebut dapat disediakan oleh pemerintah secara menyeluruh. Sebagai contoh adalah teknologi yang berwawasan lingkungan, pengusaha mebel ukir di Jepara menunjukkan perilaku yang tidak mendukung dikarenakan faktor

pengetahuan, kondisi dan status sosial ekonomi yang masih rendah (Susanti, 2001). Selain itu, hubungan relasi yang masih terbatas dan tergantung pada pemerintah pusat, mempersulit untuk mendapatkan mitra kerjasama dengan pihak lain terutama pihak asing yang dapat membuka peluang akses pasar lebih luas.

Kendala yang Dihadapi

Modal menjadi kendala utama dalam proses *upgrading* mebel ukir di Jepara karena masih sangat rendah dan cukup sulit untuk didapatkan. Karena modal mempengaruhi proses produksi mebel yang dilakukan, semakin tinggi modal yang dimiliki semakin lengkap peralatan dan teknologi yang dapat digunakan dalam mengolah produk mebel ukir yang lebih baik dan berkualitas.

Pentingnya kemitraan luar negeri adalah pada pemberian informasi mengenai akses pasar, bahan baku berkualitas, harga barang yang kompetitif, serta kebutuhan konsumen. Semakin sedikit kemitraan luar negeri semakin sedikit juga informasi yang diterima untuk mengembangkan industri mebel ukir menjadi lebih baik dan kompetitif. Hal ini ditenggarai dari kesadaran pelaku usaha akan pentingnya kemitraan tersebut, oleh karena itu, perlu adanya peran dari asosiasi dan lembaga terkait termasuk perguruan tinggi untuk meningkatkan atau sekedar membuka jalan terhadap kemitraan luar negeri.

Bahan baku merupakan kendala utama yang dihadapi oleh industri mebel di Jepara, karena pasokan kayu-kayu terbaik yakni kayu jati dan mahoni sebagai bahan baku utamanya semakin melemah. ASMINDO menyatakan bahwa kebutuhan kayu mencapai 300 ribu m³ hingga 500 ribu m³ per tahun, sedangkan Perhutani hanya mampu memproduksi 380 ribu m³ kayu pertahun yang memanfaatkan tidak hanya oleh Indonesia. Sehingga dapat dikatakan bahwa kurang dari 1/3 persediaan bahan baku yang dipersiapkan Perhutani, dan sisanya didapat secara *illegal* (ILO, 2003).

Sebagai pelaku usaha dan tenaga kerja dalam industri mebel ukir, rata-rata pemahaman, pengetahuan, kapasitas dan kapabilitas masyarakat Jepara masih tergolong rendah untuk mengikuti prosedur *upgrading* industri mebel yang sesuai. Hal ini terlihat dari pola pikir terhadap pemakaian teknologi yang lebih ramah lingkungan dan pengurusan standard legal produk mebel yang cenderung masih dianggap sepele.

Sistem pengiriman yang tepat sasaran dan tepat waktu harus didukung dengan infrastruktur yang memadai. Karena pengiriman yang sesuai mempengaruhi kepercayaan konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan. Infrastruktur lainnya yang masih belum tercapai sepenuhnya adalah pembangunan sentra-sentra ukir yang mempengaruhi lingkungan produksi yang aman. Sehingga masih banyak keselamatan tenaga kerja terabaikan karena lingkungan produksi mebel yang tidak sesuai pada keamanan dan keselamatan kerja (K3).

Kesimpulan

Strategi *upgrading* tidak aplikatif terhadap industri MUJ sehingga perlu diidentifikasi lebih lanjut dari tahapan yang paling awal. Kendala utama yang dihadapi dalam upaya *upgrading* adalah rendahnya modal dan kemitraan luar negeri. Oleh karena itu, untuk memenuhi upaya *upgrading* secara dinamis dan berkelanjutan, harus dipenuhi dengan *policy rent* yang maksimal terhadap industri MUJ untuk menghindari permasalahan lain seperti bahan baku, infrastruktur, serta rendahnya pengembangan sumber daya manusia masyarakat Jepara sebagai pelaku usaha mebel ukir terhadap proses produksi, dan pengetahuan dalam manajemen bisnis. Dapat dikatakan bahwa kebijakan pemerintah tidak mampu mengakomodasi pelaku usaha sepenuhnya untuk mengembangkan industri MUJ melalui upaya *upgrading*. Saran atau solusi alternatif terhadap strategi *upgrading* pada kasus MUJ untuk meningkatkan daya saing produk serta proses produksi yang lebih efisien adalah sebagai berikut:

- Langkah pertama adalah identifikasi strategi *upgrading* pada industri MUJ secara menyeluruh dari proses, produk, fungsi hingga *chain*. Sehingga dapat diketahui apa saja yang harus diperbaiki dan dikembangkan. Aspek yang harus dilihat terutama adalah pada bahan baku, desain dan teknik pemasaran seperti keahlian marketing dan komunikasi oleh pelaku usaha.
- Selanjutnya, meningkatkan proses produksi untuk meningkatkan nilai tambah produk agar lebih berkualitas dan memenuhi standard pasar. Misalnya dalam menggunakan desain yang efisien dan sesuai dengan bahan baku yang tersedia, menghindari aplikasi desain yang sederhana pada penggunaan bahan baku yang berkualitas sehingga tidak terbuang sia-sia.

- Sosialisasi terhadap implementasi teknologi yang lebih canggih dan ramah lingkungan agar sistem produksi lebih efisien. Mahalnya pengelolaan teknologi tentu saja akan terbayar dengan kualitas produk dan produktifitas yang lebih baik sehingga permintaan akan meningkat. Produksi, servis, dan manajemen bisnis yang lebih baik akan menarik konsumen lebih banyak.
- Penerapan metode ini juga perlu didampingi oleh kebijakan pemerintah yang sinergi, antara Dinas dan Kementerian yang terkait. Serta menguatkan kerjasama dengan lembaga penelitian dan perguruan tinggi untuk menemukan inovasi-inovasi secara terus menerus pada industri MUJ.
- Kebijakan pemerintah yang perlu diperbaiki adalah terkait perijinan usaha yang harus lebih terinci agar tidak terlalu gampang diakses sehingga mampu membatasi unit usaha yang daya saingnya rendah. Serta kebijakan yang mengatur tentang tenaga kerja, yang seharusnya lebih jelas dan terdapat perlindungan serta gaji yang cukup atas pekerjaannya. Apabila hak tenaga kerja sudah terpenuhi, proses produksi pun akan lebih didukung oleh semangat kerja mereka.
- Untuk memperluas akses pasar yang perlu dilakukan adalah meningkatkan kerjasama baik dengan mitra dalam maupun luar negeri. Pemerintah perlu memberikan fasilitas kepada asosiasi dan lembaga yang menampung pengrajin mebel ukir di Jepara untuk berinteraksi lebih luas lagi seperti mengikuti pameran dan pelatihan berskala internasional. Apabila diperlukan, lembaga atau asosiasi tersebut dapat diberi fasilitas untuk melakukan studi banding ke pelaku industri negara lain untuk dapat mengikuti strategi *upgrading* yang dilakukannya.

Perlu adanya dialog interaktif yang dilakukan secara regular atau rutin antara pemerintah daerah, institusi penelitian serta lembaga yang terkait dan perwakilan pelaku usaha di semua skala untuk membahas permasalahan yang dihadapi dalam industri MUJ. Agar mendapatkan solusi yang tepat dari berbagai aspek sudut pandang.

Daftar Pustaka

- Asosiasi Produsen Mebel Skala Kecil Di Jepara Berpartisipasi dalam Pameran Mebel* (2010). Info Mebel Plus+ No. 3. Dipublikasi oleh Center for International Forestry Research (CIFOR): Jepara.
- Ewasechko, A.C. (2005). *Upgrading the Central Java Wood Furniture Industry: A Value-Chain Approach*. International Labour Organization (ILO). Dicitak di Filipina.
- Irawati, R.H. dan Purnomo, H. (2012). *Pelangi di Tanah Kartini: Kisah Aktor Mebel Jepara Bertahan dan Melangkah ke Depan*. CIFOR: Bogor, Indonesia.
- Irawati, R.H., et al (2013). *Mengukir Fajar Baru Perajin Mebel Jepara Berbisnis, Berserikat dan Meraih Sertifikat Legalitas Kayu*. CIFOR: Bogor, Indonesia
- Indonesian Furniture: Creativity in Woods* (2008). Dipublikasikan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Informasi Pasar: Jenis Produk Furniture Bentuk, Design, Warna dan Bahan yang Diminati oleh Konsumen Amerika Serikat*. Atase Perdagangan Indonesia untuk Washington DC. Dipublikasikan oleh Kemernterian Perdagangan Republik Indonesia.
- Info Mebel Plus+ No.2* (2009). Dipublikasi oleh Center for International Forestry Research (CIFOR): Jepara.
- Kaplinsky, R. & Morris M. (2000). *A Handbook for Value Chain Research*.
- Kaplinsky, R., et al (2009). *Upgrading Strategies in Global Furniture Value Chains*. Research and Statistics Branch Working Paper 09/2008. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO): Vienna
- Peningkatan Kapasitas Pengrajin Mebel untuk Meraih Nilai Tambah yang Lebih Besar: Institusi, sertifikasi dan Pemasaran Bersama* (2011). Info Mebel Plus+ No. 4. Dipublikasi oleh Center for International Forestry Research (CIFOR): Jepara.
- Pengembangan Roadmap Industri Mebel Jepara dan Pekerja Perempuan* (2012). Info Mebel Plus+ No. 5. Dipublikasi oleh Center for International Forestry Research (CIFOR): Jepara.