JAWABAN TUGAS 1

Rhiza S. Sadjad
NIM 045276176

Fakultas : FHISIP/Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Kode/Nama MK : **SOSI4401.3/Sosiologi Alih Teknologi 3**
Tugas : 1

Pertanyaan 1/2:

Berikan penjelasan tentang karakteristik sistem produksi home industri*, mengapa dengan sistem produksi* home industri *saat ini tidak mampu untuk mengikuti perkembangan teknologi baik teknologi yang digunakan dalam proses produksi maupun teknologi digital?*

Jawaban 1/2:

Sebenarnya ketertinggalan *home industry* dibandingkan dengan industri manufaktur untuk produk yang sama utamanya bukan karena ketidak-mampuan mengikuti perkembangan teknologi dalam proses produksi, atau karena ketidak-mampuan memanfaatkan teknologi digital. Ada beberapa faktor lainnya selain itu, yang merupakan penyebab utama dari kasus mundurnya sentra industri kecil pengerajin tas dan koper yang terdapat di Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur yang pernah berjaya khususnya pada era sebelum terjadi bencana Lapindo. Secara umum, *home industry* kalah bersaing dengan industri besar karena banyak hal, antara lain yang seringkali terjadi adalah sebagai berikut:

- *Skala produksi*. Industri besar umumnya beroperasi dalam skala besar dengan lebih efisien dalam pengadaan bahan baku dan proses produksinya. Dengan sendirinya, biaya produksi per satuan produk menjadi sangat murah, sehingga nilai jualnya pun rendah. *Home industry* tidak mampu bersaing karena hanya beroperasi dalam skala kecil, yang mengakibatkan biaya produksi per satuan produk menjadi tinggi, sehingga harga jualnya pun tidak bisa diturunkan.
- *Sumber pembiayaan*. Kebanyakan *home industry* tidak memiliki akses ke sumber-sumber finansial seperti bank, investor, kreditor, dan lain-lain, sehingga kesulitan mendapatkan modal untuk memperbesar skala usahanya. Bahkan tidak sedikit dari *home industry* yang terjerat *rentenir* dalam menjalankan usahanya, sehingga keuntungannya habis terserap untuk mencicil hutang, tidak cukup untuk ditanam kembali sebagai modal pengembangan usaha.
- *Pemasaran*. Di sini kemungkinan besar teknologi digital berperan. Industri besar mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas cakupan pemasaran dari produknya, sedangkan *home industry* hanya bisa menunggu pembeli datang berkunjung untuk menawarkan produknya. Dengan teknologi digital, industri besar dapat menawarkan produknya ke pembeli langsung ke rumah-rumah tinggal mereka, bahkan kemudaian mengirimkannya langsung ke pembeli, sehingga pembeli tidak perlu pergi ke mana-mana.

Pada masa pandemi, banyak *home industry* yang terpaksa tutup karena tidak ada pembeli yang berkunjung. Hanya mereka yang mampu memanfaatkan teknologi digital dan memasarkan produk secara *on-line*, masih dapat terus bertahan.

- *Inovasi dan Teknologi*. Industri besar yang benar-benar "*real industry*", umumnya membelanjakan minimal 25% dari *revenue*-nya untuk kegiatan penelitian dan pengembangan (R&D, *Research and Develeopment*). Dari kegiatan R&D ini dihasilkan berbagai inovasi dan teknologi baru untuk pengembangan produknya. Terutama terkait dengan *product design*, atau perancangan produk, sehingga secara periodik akan diproduksi model-model produk baru, dengan teknologi produksi yang lebih efisien. *Home industry* pada umumnya tidak melakukan R&D, sehingga selama puluhan tahun produk-nya tidak pernah berubah, sehingga ditinggalkan para pembelinya.
- *Jejaring distribusi*. Industri besar umumnya mampu membangun jejaring distribusi produknya ke cakupan yang sangat luas, sehingga produknya dapat mencapai pembeli yang lebih banyak. Contoh nyata misalnya industri kecap. 50 -100 tahun lalu, industri kecap merupakan *home industry* yang ada di hampir setiap kota besar di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa. Produk kecap bersifat lokal, menjadi bagian dari industri kuliner setempat. Masing-masing kota mempunyai kecap merk tertentu yang menjadi salah satu ciri khas kota tersebut. Pada perkembangan selanjutnya, ada jejaring *retail* nasional yang mampu men-distribusai-kan satu merk kecap atau dua secara nasional melalui jejaring *retail*-nya, menyingkirkan kecap-kecap lokal sehingga hanya bisa didapat di pasar-pasar tradisional.
- *Tenaga kerja*. Industri besar mampu mempekerjakan karyawan profesional yang ahli dan trampil di bidangnya masing-masing, sehingga mutu produk-nya bisa dijamin, sedangkan *home industry* hanya mampu mempekerjakan keluarga sendiri yang mewarisi keahlian dari generasi sebelumnya. Karyawan industri besar mendapatkan keahlian dan ketrampilan profesionalnya dari proses pendidikan formal dan berbagai pelatihan, sedangkan karyawan *home industry* hanya mewarisi keahlian dan ketrampilan mereka dari orang-tua mereka melalui proses pemagangan, yang tidak selalu berhasil 100%.

Faktor-faktor yang diuraikan di atas, masing-masing sendiri atau merupakan kombinasi, adalah antara lain faktor-faktor karakteristik yang mengakibatkan *home industry* sulit bersaing dengan industri besar. Masih banyak hal lain yang menyebabkan *home industry* tidak mampu berkembang, bukan hanya karena ketidak-mampuan mengikuti perkembangan teknologi digital di era Revolusi Industri 4.0,, yang memang merupakan salah satu saja penyebab, khususnya dalam bidang pemasaran produk. Walau pun demikian, masih ada cukup banyak *home industry* di Indonesia yang berasal dari abad yang lalu, berhasil memasuki era milleneal dengan tetap eksis,

bahkan telah berkembang menjadi industri besar, seperti contohnya industri jamu, industri komestik, industri batik, berbagai industri kulliner, dan lain-lain.

Pertanyaan 2/2:

Berikan contoh di daerah/wilayah lain di Indonesia yang sentra industri kecilnya tidak mampu bertahan baik dari aspek produksi maupun penjualan karena ketertinggalan dalam mengikuti kemajuan teknologi, mengapa demikian?

Jawaban 2/2:

Di wilayah kota Makassar, Sulawesi Selatan, yaitu di jalan poros Antang, kurang lebih sekitar 5 km dari pusat kota, ada suatu sentra industri yang menghasilkan perabot rumah-tangga (*meubel*, *furniture*) yang dibuat dari bahan kayu dan rotan. Sentra industri yang berbasis *home industry* ini pernah berjaya pada tahun 1970-1980-an ketika wilayah tersebut masih tergolong sebagai wilayah pinggiran kota yang sepi. Pada masa itu di Makassar belum ada kompleks-kompleks perumahan yang dibangun para pengembang (*developer*) *Real-Estate*. Sekarang ini wilayah tersebut menjadi wilayah yang sangat ramai, bahkan jalan poros Antang dikenal sebagai jalan yang hampir setiap hari macet pada jam-jam tertentu. Makassar dan sekitarnya merupakan wilayah "emas" untuk para investor *Real Estate*, baik investor lokal mau pun nasional. Tidak terkecuali di Antang. *Kalla Group*, misalnya, perusahaan *holding* milik konglomerat lokal, keluarga Jusuf Kalla, mantan Wakil Presiden RI dua kali masa jabatan, mengembangkan kawasan perumahan *elite* di Antang yang dikenal sebagai kompleks perumahan *Bukit Baruga*. Di berbagai kawasan lain di Makassar, pengembang-pengembang nasional seperti *Lippo Group* dan *Ciputra Group*, berlomba-lomba membangun kawasan-kawasan pemukiman. Demikian juga, pengembang nasional "pelat merah" seperti Perumnas dan BTN, membangun pemukiman-pemukian sederhana untuk kelas menengah ke bawah.

Ironisnya, di tengah-tengah hiruk-pikuk pengembangan berbagai kawasan pemukiman, baik di sekitar Antang mau pun di kawasan lain di Makassar, ternyata tidak membuat sentra industri perabot rumah-tangga di Antang semakin maju, malah akhir-akhir ini semakin terpuruk. Para pengrajin yang membuat perabot rumah-tangga di sentra industri tersebut – yang mewarisi pengetahuan dan ketrampilan secara turun-temurun beberapa generasi – masih merupakan yang terbaik tidak hanya di wilayah kota Makassar dan sekitarnya, tapi juga di seluruh wilayah Sulawesi Selatan. Jadi tidak ada masalah dengan teknologi yang digunakan dalam proses pembuatan perabot rumah-tangga tersebut. Para pengrajin tersebut sangat menguasainya. Hanya saja, mereka tidak lagi mampu bersaing dengan industri manufaktur perabot rumah tangga modal bear seperti *Informa*, misalnya, yang dapat memproduksi perabot rumah-tangga secara massal. Ketika seorang pembeli memesan suatu perabot rumah-tangga ke sentra industri di Antang, maka pesanannya mungkin baru

dapat diterima jadi setelah beberapa hari, bahkan beberapa pekan. Itu pun harus diambil sendiri di Antang. Jika barang yang sama dipesan secara *on-line* ke perusahaan besar perabot rumah-tangga pada pagi hari, sore harinya atau paling lambat keesokan harinya, pesanan itu sudah tiba di rumah pemesan jika *ready stock*, dalam kondisi *knock-down* yang mudah dirakit.

Persaingan yang tidak *fair* boleh dikatakan sudah dimulai dari pengadaan bahan baku pembuatan perabot rumah-tangga. Pengusaha di Antang menggunakan bahan baku kayu asli atau rotan, yang semakin lama semakin langka, sulit dicari yang kualitas-nya memadai. Sedangkan perusahaan besar membuat produk-nya dari bahan baku kayu "palsu" (biasanya dibuat dari serbuk sintetis, campuran serpihan-serpihan kayu dengan bahan plastik) yang juga merupakan produk dari indusri besar lainnya, sehingga selalu tersedia pasokannya, dan standar mutu-nya terjamin. Selain pasokan yang selalu tersedia, harga satuan (*unit price*) bahan baku industri besar pembuat perabot rumah-tangga pun murah.

Seorang (calon) pembeli yang hendak membeli suatu perabot rumah-tangga di sentra industri Antang, belum dapat melihat benda yang akan dibelinya itu, karena masih harus dipesan terlebih dahulu. Sedangkan calon pembeli perabot rumah-tangga dari perusahaan besar *furniture*, bisa melihat-lihat di *show-room*, tempat contoh-contoh perabot rumah-tangga diperlihatkan ke calon pembeli. Jika ada yang disepakati akan dibeli, tinggal diambilkan dari gudang, langsung dikirim ke rumah, dalam bentuk jadi, atau pun masih berbentuk *knock-down*, untuk dirakit dalam rumah. Perabot rumah-tangga yang terlalu besar seperti produk dari sentra industri Antang, bahkan tidak bisa masuk melalui pintu rumah-tumah sederhana yang dibangun Perumnas atau BTN. Produk industri manufaktur besar, yang umumnya dijual dalam kondidi *knock-down*, sangat lebih praktis, khususnya untuk para pemilik rumah sederhana, yang umumnya memiliki rumah dengan luas lantai yang tidak terlalu besar, misalnya rumah type 45 atau type 70.

Persaingan selanjutnya yang tidak *fair* adalah persaingan harga. Satu perabot rumah-tangga, misalnya lemari pakaian, yang dipesan khusus dari sentra industri di Antang untuk sebuah rumah di permahan *elite* di Bukit Baruga misalnya, harganya bisa lebih mahal daripada harga total semua perabot rumah-tangga dalam sautu rumah type 70 di Perumnas yang dibeli dari perusahaan perabot rumah-tangga besar. Lemari pakaian itu mahal harganya karena dipesan khusus, bentuknya *customized*, sesuai pesanan pembeli, dibuat dengan peralatan sederhana, oleh satu-dua orang pengrajin. Sebaliknya, semua perabot rumah-tangga yang dibeli untuk mengisi satu rumah type 70 di Perumnas, diproduksi secara massal oleh perusahaan besar menggunakan mesin produksi yang beroperasi 24 jam sehari 7 hari sepekan.

Jadi memang ada persoalan teknologi, yang membuat sentra industri berbasis *home industry* terpuruk tidak mampu bersaing dengan industri besar. Tapi persoalan teknologi bukanlah persoalan

yang utama. Banyak masalah lain yang menyebabkan persaingan itu menjadi tidak *fair*. Dari mulai masalah pengadaan bahan baku, proses produksi, sampai ke masalah pemasaran dan distribusi.

REFERENSI

[**1**] **Mahendra Wijaya** dan **Siti Zubariyah**, "*Sosiologi Alih Teknologi*", **Modul 1 – 9**, **SOSI4401**, Edisi 3, [Agustus **2023**], Penerbit Universitas Terbuka, Jakarta

[**2**] **ChatGPT**, Aplikasi Chatting berbasis AI, dalam Sistem Operasi Android, https://OpenAI.com , https://ChatGPT.com