

MEMBANGUN EKONOMI DAERAH DI INDONESIA

Z.Heflin Frinces

Program MM STIE Mitra Indonesia, Yogyakarta

Jalan Magelang Km 5.5 Nomor 79, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta 55284

mitra_indonesia@yahoo.co.id

Abstrak

One of the Central Government of the Republic of Indonesia's main agendas now is formulating its national economic development plan. The plan is called as Masterplan of Expediting and Expanding Indonesian Economic Development known locally as Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI). The Masterplan is designed in response to the current global economic changes and competition and by emphasizing upon regional economic development especially those regions (provinces) outside Java Island. This emphasis puts greater role of the regional government to develop their economy outonomously and independently. This article will provide some thoughts as (a) to comprehend the meaning of regional development in view of present global competition and environmental changes, (b) the significant and impact of those changes and competition upon the regional economy and (c) to suggest what the regional government should have to do in response to those environmental changes and competition in light of the Indonesian Central Government's Masterplan. Some of the thoughts outlined here are in view of challenges faced both by the regional government and its leader currently, and suggesting some ideas of what the government and its leader have to do in creating regional's leading competitiveness in the face of intense global competition.

Keywords: regional economic development, strategic plan, strategic changes

Pendahuluan

Salah satu agenda besar pembangunan ekonomi Indonesia saat sekarang ini adalah mempercepat dan memperluas pembangunan ekonomi nasional dalam perspektif makin meningkatnya intensitas persaingan global. Salah satu prioritas utama pembangunan tersebut adalah mengakselerasi proses pembangunan ekonomi daerah khususnya daerah-daerah yang berada di luar Pulau Jawa dengan membangun daya saing daerah (*regional competitiveness*). Dalam persepektif Pemerintah Pusat Indonesia bahwa pembangunan ekonomi daerah merupakan elemen terpenting dari pembangunan jangka panjang nasional yang dimuat di dalam Masterplan percepatan dan Perluasan pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI). MP3EI merupakan sebuah strategi terobosan dalam percepatan dan perluasan pembangunan ekonomi Indonesia untuk tahun periode 2011-2025. Periode 2011-2025 itu sendiri merupakan bagian dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Indonesia periode 2005-2025. Fokus dari rencana pembangunan jangka panjang nasional (RPJPN) adalah terletak pada

pembangunan ekonomi di berbagai daerah di Indonesia khususnya yang ada di luar Pulau Jawa yang dalam pelaksanaannya di pembanguan daerah itu dibagi atas 6 (enam) koridor yaitu: 1. Sumatra, 2. Jawa, 3. Kalimantan, 4. Sulawesi, 5. Bali dan Nusa Tenggara, dan 6. Papua dan Kepulauan Maluku. Sedangkan dalam dimensi waktu pelaksanaan rencana pembangunan itu dibagi dalam 4 periode waktu yaitu: 1. RPJM 1 (Rencana Pembangunan Jangka Menengah) (2005-2009), dengan menekankan pada penataan kembali NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia), membangun Indonesia yang aman dan damai, yang adil dan demokratis, dengan tingkat kesejahteraan yang lebih baik, 2. RPJM 2 (2010-2014), dengan menekankan pada pemantapan oenataan kembali NKRI, meningkatkan kualitas SDM, membangun kemampuan IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi), memperkuat daya saing perekonomian, 3. RPJM 3 (2015-2019), dengan menekankan pada pemantapan pembangunan secara menyeluruh dengan menekankan pembangunan keunggulan kompetitif perekonomian yang berbasis pada SDA (sumber

daya alam) yang tersedia, serta kemampuan IPTEK, dan 4. RPJM 4 (2020-2024) dengan sasaran untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan makmur melalui percepatan pembangunan di berbagai bidang dengan menekankan terbangunnya struktur perekonomian yang kokoh berlandaskan keunggulan kompetitif (MKBP, 2011).

Pembangunan Jangka Panjang Indonesia: Mp3ei

Visi utama dalam MP3EI adalah mengangkat Indonesia menjadi negara maju yang merupakan kekuatan 10 (sepuluh) besar ekonomi dunia pada tahun 2045 melalui pertumbuhan ekonomi yang tinggi yang inklusif, berkeadilan dan berkelanjutan (KMI RI, 2011,3). Tiga proyeksi utama sebagai tujuan strategis nasional yang dibuat di dalam MP3EI tersebut yaitu: (1) pada tahun 2010 PDB (Product Domestic Bruto) Indonesia sebesar US\$ 700 milyar dengan tingkat pendapatan per kapita Indonesia antara US\$ 3,005 dan ini menempatkan Indonesia sebagai negara terbesar nomor 17 dunia, (2) pada tahun 2025 PDB (Product Domestic Bruto) Indonesia sebesar antara US\$ 3,8 – 4,5 trilyun dengan tingkat pendapatan per kapita Indonesia antara US\$ 13.000-16.100 (yang merupakan *high income country*) dan ini menempatkan Indonesia sebagai negara terbesar nomor 12 dunia, (3) pada tahun 2045 PDB (Product Domestic Bruto) Indonesia sebesar US\$ 16.6 trilyun dengan tingkat pendapatan per kapita Indonesia sebesar US\$ 46.900 dan ini menempatkan Indonesia sebagai negara terbesar nomor 7 atau 8 dunia.

Investasi yang dibutuhkan untuk merealisasikan tujuan strategis MP3EI itu, misalnya dalam kurun waktu 2011-2015 adalah sbb: ((a) untuk pembangunan infrastruktur sebesar US\$ 150 milyar, (b) dari jumlah tersebut dari APBN dan kemitraan strategis dalam negeri serta investasi asing langsung – *foreign direct investment* dari berbagai negara seperti Amerika Serikat, Uni Eropa, Brasil, Rusia, Jepang, Cina, Korea Selatan, Taiwan, Malaysia, Singapura, Turki dan India, sebesar US\$ 100 milyar (KKIRI, 2011). Tiga strategi utama Indonesia untuk merealisasikan tujuan strategis nasional tersebut yaitu (1) mengembangkan koridor ekonomi nasional. Pengembangan

tersebut dilakukan dengan cara membangun pusat-pusat pertumbuhan di setiap koridor, melalui pengembangan kelompok industri dan kawasan ekonomi khusus berbasis sumber daya unggulan (komoditi), (2) memperkuat konektivitas nasional. Penguatan konektivitas nasional tersebut dilakukan dengan cara: (a) konektivitas intra dan antar pusat pertumbuhan dan koridor ekonomi, (b) konektivitas antar koridor ekonomi (antar pulau), (c) konektivitas internasional (*gate* perdagangan dan wisatawan, dan (3) mempercepat kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi nasional. Ke tiga strategi utama ini pada dasarnya bertitik tolak pada (i) pengembangan (dan revitalisasi) pusat-pusat pertumbuhan Luar Jawa, (ii) mensinergikan antar pusat pertumbuhan dan pemerataan infrastruktur, dan ((iii) mendorong ke arah *innovation driven economy*.

Agar strategi tersebut dapat diimplementasikan, maka menurut konsep MP3EI diperlukan beberapa syarat yaitu: 1. mengubah *mindset*, 2. pengembangan mutu modal manusia, 3. pemanfaatan seluruh sumber pembiayaan pembangunan, 4. pola pengelolaan anggaran & kekayaan negara yang lebih baik, 5. konsistensi kebijakan yang mendorong transformasi sektoral, 6. keberlanjutan jaminan sosial & penanggulangan kemiskinan, 7. ketahanan pangan & air, 8. ketahanan energi, dan 9. reformasi birokrasi. Semua persyaratan ini berlaku secara nasional tidak saja pada tataran pemerintah pusat tetapi juga semua pemerintah daerah dengan segala jajaran pemerintahan. Dalam kaitan ini pemerintah berfungsi sebagai regulator, fasilitator dan katalisator. (MKBP 2011).

Sasaran utama dari strategi pembangunan nasional ini semua tertuju untuk mempercepat proses pembangunan ekonomi di berbagai daerah di Indonesia, terutama daerah-daerah luar Pulau Jawa. Dalam perspektif Indonesia hal ini menjadi penting karena dua hal: (a) daerah-daerah di luar Pulau Jawa dalam hal pembangunan fisik dan pembangunan ekonomi masih jauh tertinggal dibanding daerah-daerah yang ada di Pulau Jawa, (2) adanya komitmen Pemerintah Pusat untuk memberikan perhatian yang tinggi untuk membangun daerah-daerah luar Pulau Jawa yang telah dirumuskan di dalam Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2011-2025 (Hatta

Radjasa, 2011). Pembangunan daerah yang harus dilaksanakan tersebut saat ini sedang dihadapkan pada kondisi obyektif yang ada di berbagai daerah di Indonesia, kondisi tersebut antara lain:

1. Kondisi ekonomi negara-negara pelaku utama ekonomi dunia seperti Amerika Serikat, negara-negara Zona Eropah (Eurozone) seperti Irlandia, Portugis, Yunani, Italia, Spanyol dan lain sebagainya, mereka juga merupakan mitra dagang Indonesia, kini berada dalam kondisi pertumbuhan ekonomi yang lemah dan rendah. Hal ini dipicu oleh krisis utang (*debt crises*) dan juga persoalan moneter dan fiskal mereka. Bersamaan dengan itu masyarakat negara-negara tersebut memiliki daya saing yang semakin rendah (melemah) yang diakibatkan oleh semakin tingginya angka pengangguran dan kemiskinan (Seputar Indonesia, Senin 31 oktober 2011).

2. Persaingan global semakin intensif dengan bergesernya kekuatan ekonomi dunia dari yang dulu didominasi oleh Amerika Serikat, Jepang dan Eropah, ke kekuatan ekonomi baru dunia yaitu Cina, India dan Brazil. Dengan demikian perimbangan kekuatan ekonomi dunia telah berubah dan perubahan tersebut sangat dahsyad mengingat peran besar yang dimainkan oleh kekuatan baru ekonomi negara-negara raksasa yang bukan lagi didominasi oleh Amerika Serikat, Jepang dan Eropah. Survei terbaru tentang besaran PDB (Produk Domestik Bruto) terbesar dunia yang dilakukan oleh World Economic Forum (WEF) untuk tahunan 2010 memperlihatkan adanya perubahan cukup menarik yang terjadi pada besarnya skala ekonomi negara-negara utama dunia khususnya dan loncatan besar ekonomi Cina dan India serta Brasil seperti tampak pada Tabel 1.

Tabel 1
Produk Domestik Bruto Tahun 2010 (US\$ miliar)

| No Urut | Nama Negara | Nilai PDB dalam US millar |
|---------|------------------|------------------------------|
| 1 | Amerika Aserikat | 14.658 |
| 2 | Cina | 5.878 |
| 3 | Jepang | 5.459 |
| 4 | Jerman | 3.316 |
| 5 | Prancis | 2.583 |
| 6 | Inggris | 2.247 |
| 7 | Brasil | 2.090 |
| 8 | Italia | 2.055 |
| 9 | Kanada | 1.574 |
| 10 | India | 1.538 |
| 11 | Rusia | 1.465 |
| 12 | Spanyol | 1.410 |
| 13 | Australia | 1.236 |
| 14 | Meksiko | 1.039 |
| 15 | Korea Selatan | 1.007 |
| 16 | Belanda | 783 |
| 17 | Turki | 742 |
| 18 | Indonesia | 707 |
| 19 | Swiss | 524 |
| 20 | Polandia | 469 |
| 21 | Afrika Selatan | 357 |

Sumber: WEF (World Economic Forum) Competitive Report 2011 (sebagai diberitakan oleh SK Bisnis Indonesia, Senin 13 Juni 2011).

3. Dalam perspektif Indonesia, kondisi domestik nasional Indonesia tercermin berbagai fakta dari kondisi ekonomi di daerah-daerah Indonesia bahwa:

- a. Adanya otonomi daerah yang memperlihatkan sikap dan perilaku kemandirian daerah untuk pembangunan daerahnya masing-masing.
- b. Semakin terbatasnya sumber daya alam (SDA) yang dulu merupakan keunggulan komparatif utama di banyak daerah-daerah. Kemampuan ekonomis dan keuangan daerah sangat banyak ditentukan oleh keberadaan dan diskploitasinya potensi sumber daya alam, dan potensi atau deposit sumber daya alam tersebut semakin susut dan bahkan habis bila intensitas eksploitasi saat ini diteruskan. Sementara ini pendapatan daerah dari non-sumber daya alam sangat rendah dan terbatas.
- c. Masih rendahnya tingkat kualitas dan profesionalisme sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh daerah-daerah di seluruh Indonesia. Hal ini sejalan dengan Indeks Pengembangan Manusia-IPM (UNDP-PBB) yang memperlihatkan posisi peringkat atau ranking SDM Indonesia sbb: 2011 (peringkat 124 dari 187 negara yang disurvei), 2010 (108/169), 2009 (111/182) dan 2008/1987 (107/177) (UNDP, 2 November 2011, Litbang Kompas 2011).
- d. Masih tingginya tingkat kemiskinan dan pengangguran ditambah dengan masih rendahnya tingkat kualitas kesehatan dan pendidikan di daerah-daerah di luar Pulau Jawa yang harus dapat di atasi secara cepat. ADB (Asian Development Bank) memperkirakan bahwa jumlah orang miskin di Indonesia tahun 2011 sebanyak 43.1 juta orang. Angka ini sama dengan 18% atau hampir seperlima dari jumlah penduduk Indonesia yang 239 juta orang.
- e. Parahnya kondisi infrastruktur di sebagian besar daerah-daerah di Pulau Jawa sehingga mempersulit mobilitas manusia dan barang yang ini semua memperendah daya saing daerah dan menjadi penghambat datangnya para investor ke daerah-daerah.
- f. Tingginya praktek-praktek KKN dan berbagai pungutan liar yang membuat biaya ekonomi tinggi.
- g. Investasi dan biaya pembangunan proyek tinggi, tetapi kualitas hasil jadi (*finished goods*) sangat rendah dibanding biaya yang sama didayagunakan di daerah-daerah di Pulau Jawa.

Di samping hal-hal tersebut di atas terjadi rendahnya pertumbuhan dan perkembangan inovasi unit-unit usaha baru berskala mikro, kecil, dan menengah, apalagi yang berskala besar di daerah masih rendah. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor antara lain: (a) sangat minimnya jumlah wirausaha. Ini disebabkan antara lain oleh anggaran dan perhatian untuk menumbuhkan kualitas kewirausahaan dan wirausaha baru, dan belum tepatnya sistem pendidikan nasional ini untuk menghadapi persaingan dan perubahan global. Hal ini dibuktikan dengan rendahnya komitmen pemerintah daerah dalam anggaran dan prioritas pembangunan di bidang ini, (b) kebanyakan hasil produksi yang ada di daerah bersifat industri rakyat dan kerajinan rakyat yang memiliki nilai tambah yang sangat rendah karena, antara lain, muatan teknologinya sangat rendah, dan berakibat rendahnya daya saing produk-produk dari daerah-daerah, (c) belum berkembangnya sektor industri, terutama industri manufaktur, membuat lambannya percepatan penciptaan lapangan kerja.

Gambaran kondisi obyektif di atas merupakan tantangan dalam pembangunan ekonomi masyarakat dan pemerintah di Indonesia. Fakta lain di berbagai daerah di Indonesia khususnya yang berada di luar Pulau Jawa, juga memperlihatkan, antara lain:

- a. Tingginya pertumbuhan ekonomi daerah. Tingginya pendapatan daerah (APBD) yang ini sekali lagi karena besarnya kontribusi penjualan hasil tambang sumber daya alam bukan oleh industri pengolahan. Deposit bidang ini semakin menipis dan sumber baru sulit untuk ditemukan.
- b. Proyek-proyek investasi daerah untuk pembangunan infrastruktur yang dihabiskan untuk sektor non-komersial seperti biaya kantor, biaya untuk pegawai, dan kegiatan-kegiatan serimonial relatif besar yang hasilnya tidak begitu memuaskan.

- c. Sementara itu daya saing daerah masih sangat rendah (lemah) untuk dapat menang bersaing dalam era persaingan global saat ini.

Dengan kondisi obyektif tersebut di atas, maka ada 3 (tiga) hal penting yang harus dicatat dan dibahas yaitu: (1) tantangan yang dihadapi oleh daerah dan pimpinan daerah kaitannya dengan usaha memenangkan persaingan global, (2) usaha-usaha yang harus dilakukan oleh pemerintah daerah untuk memenangkan persaingan global yang bertumpu pada seberapa hebat keunggulan daya saing yang dapat diciptakan dan dimiliki..

Tantangan Bagi Pimpinan Pemerintah Daerah

Tantangan bagi seorang pimpinan sebuah organisasi baik di pemerintahan maupun di perusahaan di daerah sangat besar untuk mengatasi persoalan kondisi di daerah tersebut di atas.. Seperti tampak pada Figur 1 ada dua aktor yang perlu mendapat perhatian di dalam pembangunan daerah, khususnya dalam meningkatkan daya saing daerah, yaitu (1) faktor kepemimpinan (pemimpinnya/*leadership factor*) dan/atau (2) faktor sistem (*system factor*). Dalam Figur 1 diperlihatkan bahwa untuk menciptakan daya saing produk dalam era persaingan global, di mana otonomi daerah ini dijalankan, secara linier ditentukan oleh dua faktor tersebut, yaitu: pemimpin dan sistem. Di antara kedua faktor itu maka faktor pemimpin (yaitu 'siapa pemimpinnya') adalah yang paling penting. Dengan kata lain pemimpin mempunyai peran yang lebih besar di dalam menciptakan daya saing. Gambaran kepemimpinan yang cocok dalam era persaingan global ini adalah tipe kepemimpinan yang berbasis kewirausahaan (Frances, Januari 2009).

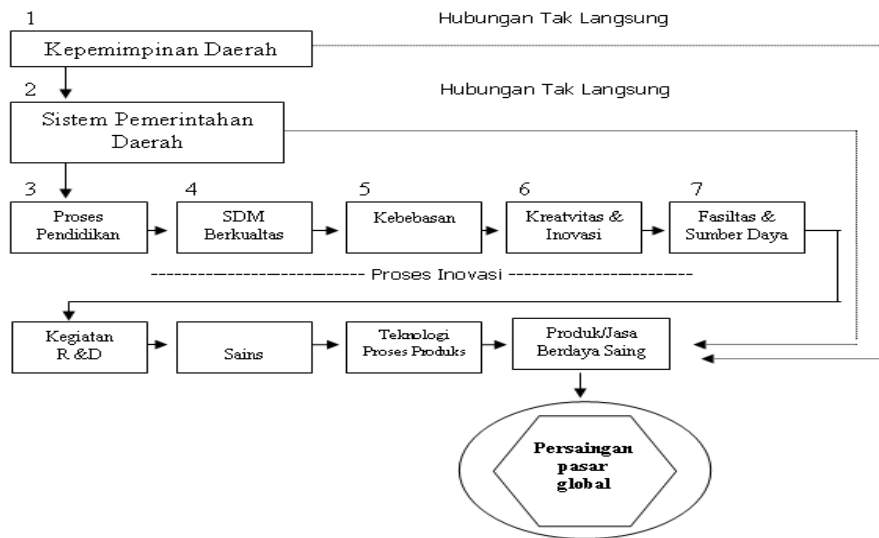
Figur 1 juga menggambarkan dalam perspektif daya saing produk dan jasa. Rasionalnya adalah sebagai berikut. Daya saing produk/jasa sangat besar ditentukan oleh adanya muatan teknologi dalam proses produksi atau dalam proses penciptaanya. Untuk mendapatkan teknologi tersebut diperlukan penemuan, sains (ilmu pengetahuan). Sains hanya ditemukan oleh kegiatan R & D (penelitian dan pengembangan). R & D terlaksana bila tersedia berbagai fasilitas penunjang (sarana dan

prasarana). Untuk memperoleh fasilitas tersebut perlu adanya berbagai kegiatan dan pemikiran yang inisiatif, kreatif, dan inovatif. Pemikiran yang demikian hanya tercipta bila adanya kebebasan (demokrasi) untuk berbicara, berserikat, berkarya, dan kebebasan untuk menyatakan ketidaksetujuan atas suatu keputusan. Di negara-negara yang telah maju budaya dan sistem demokrasi sudah begitu mapan. Budaya dan sistem itulah yang memberikan peluang yang sangat luas kepada penduduknya untuk terus berpikir, berkreasi, berinisiatif, berinovasi, dan memberikan berbagai alternatif secara kritis. Dengan tingkat demokrasi yang tinggi akan melahirkan SDM yang berkualitas dan unggul. Kualitas dan keunggulan tersebut tercipta oleh suatu proses dan sistem pendidikan yang inovatif dan penuh persaingan untuk menciptakan keunggulan output pendidikan. Proses dan sistem pendidikan yang dapat menghasilkan SDM yang berkualitas dan unggul dapat tercipta di dalam suatu sistem negara dan pemerintahan yang demokratis. Pada titik ini, orang akan dapat memberikan pertanyaan besar bahwa: siapakah yang dapat menciptakan sistem yang demokratis tersebut?. Jawabannya adalah pemimpin yang dipilih dan didukung oleh rakyat. Pemikiran dan bahkan pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana karakter dan tipe dari pemimpin atau kepemimpinan yang dibutuhkan di dalam era persaingan global dan otonomi saat ini? Jawaban terhadap pertanyaan tersebut diberikan dalam bagian di bawah ini.

Lebih lanjut Figur 1 memperlihatkan bahwa pimpinan daerah mempunyai hubungan langsung dan tidak langsung dengan usaha penciptaan daya saing daerah terutama di dalam melakukan berbagai terobosan. Terobosan itu harus unggul bila ingin menciptakan prestasi dan kinerja yang unggul. Dalam perspektif organisasi keunggulan terobosan bisa disebabkan oleh adanya keunggulan komparatif organisasi yang terdiri atas, antara lain: a. Kepemimpinan yang efektif, b. Cepat dan tepatnya membuat keputusan strategis, c. Adanya perubahan strategis secara terus menerus, d. Terciptanya sistem manajemen dinamis, e. Kematangan dalam perencanaan strategis (prioritas, strategi, dan kebijakan), dan f. Keunggulan di dalam pembiayaan pembangunan daerah dan pembiayaan produksi produk pada berbagai

tingkatan baik itu pada tingkat pemerintah daerah maupun pada tingkat bisnis atau perusahaan, g. terciptanya kondisi daerah yang kondusif untuk tumbuh dan berkembangnya

bisnis dan penciptaan wirausaha baru dalam rangka mendorong inovasi unit-unit usaha mikro, kecil dan menengah yang baru (Frances, 2007).



Figur 1
Proses Penciptaan Daya Saing Daerah

Khususnya yang berkaitan dengan menumbuhkembangkan kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah, maka pemerintah harus mengambil beberapa inisiatif sistem keuangan di daerah. Dalam pemikiran para ekonom, menumbuhkembangkan usaha skala mikro dan kecil serta menengah tersebut merupakan usaha untuk memantapkan ekonomi kerakyatan yang dianggap sebagai fondasi penting dari kegiatan ekonomi daerah dan nasional dalam usaha untuk menciptakan lapangan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan.

Untuk tujuan ini, maka pemerintah daerah harus menciptakan prioritas baru untuk menemukan komoditas unggulan baru daerah. Komoditas unggulan tersebut harus diproses untuk meningkatkan daya saing produk agar dapat menang dalam persaingan pasar global.

Konsep Daerah Memenangkan Persaingan

Tantangan komoditas daerah untuk menang dalam persaingan pasar global sangat besar. Para produsen dan pengusaha daerah harus selalu berpikir dan bekerja bahwa apa yang dihasilkan harus dapat terjual dan dibutuhkan orang atau pihak lain. Ini hanya bisa terjadi bila apa yang dihasilkan itu dapat bersaing dengan yang dihasilkan oleh orang atau pihak lain. Persoalannya adalah apa dan

bagaimana yang dihasilkan oleh daerah tersebut dapat menjadi kebutuhan dan dapat dibeli oleh konsumen secara luas yaitu konsumen global?. Jawaban terhadap persoalan itu sudah jelas yaitu yang dihasilkan daerah harus menang di dalam kancah persaingan pasar domestik dan global. Untuk menang dalam persaingan global banyak ditentukan oleh adanya keunggulan bersaing (*competitive advantages*), keunggulan bersaing ini hanya terjadi apa bila memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantages*).

Ada beberapa hal yang sudah cukup lama menjadi perhatian para pakar dunia George S. Day and Robin Wensley, "Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority" (Journal of Marketing April 1988, 30) tentang keunggulan komparatif tersebut, di antara yang mereka identifikasi adalah sbb:

- a. Keunggulan sumber daya (*resource advantages*) yang terdiri atas: (1) superioritas ketrampilan/keahlian, (2) superioritas sumber daya, dan (3) superioritas kendali/control.
- b. Keunggulan letak (*positional advantages*) yang terdiri atas: (1) superioritas nilai yang diberikan kepada pelanggan/konsumen, (2) Biaya relatifnya lebih rendah.

- c. Keunggulan kinerja hasil akhir (*performance outcomes*) yang terdiri dari: (1) memuaskan (*satisfaction*), (2) terciptanya loyalitas (*loyalty*), (3) menciptakan pangsa pasar (*market share*), dan (4) tingginya keuntungan (*profitabilitas*).

Dalam perspektif yang lain bahwa keunggulan juga tercipta karena daerah, organisasi, dan atau pemerintahnya memiliki keunggulan lain dalam hal: a. tingginya kualitas kerja dan pelayanan kepada publik, b. tingginya muatan teknologi, c. faktor biaya, d. tersediannya dana investasi, e. kemampuan manajemen, f. keunggulan kualitas manusia (SDM), g. kuatnya budaya dan tingginya semangat kewirausahaan (kreatif, keberanian mengambil resiko, bekerja keras) masyarakat/pekerja, h. efektivitas dan efisiensi di dalam pendayagunaan sumber daya, dan i. kebijaksanaan pemerintah yang kondusif. Ke sembilan butir ini merupakan hal-hal kunci yang mendorong tumbuhnya keunggulan komparatif, dan keunggulan itu pada akhirnya akan menciptakan keunggulan kompetitif (daya saing). Dari sembilan aspek tersebut bila kita kaji secara kritis, maka yang perlu dilahirkan dari sembilan butir itu adalah kemampuan kita untuk menciptakan nilai tambah (*value adding*) yang tinggi terhadap apa yang akan dihasilkan. Nilai tambah dibutuhkan karena nilai ini merupakan salah satu elemen penting di dalam membangun keunggulan komparatif daerah. Keunggulan daerah tersebut makin dibutuhkan dalam hubungannya dengan pelaksanaan otonomi daerah saat sekarang ini.

Sebagai ilustrasi kita ambil contoh Amerika Serikat adalah Cina (dan dalam beberapa hal juga India). Kini Cina merupakan pengeksport komoditas terpenting dunia dalam banyak jenis komoditas. Pentingnya Cina dalam dunia ekspor tersebut karena keberhasilan produksi mereka masuk ke dalam pasar-pasar besar dunia seperti Amerika Serikat, Eropa, dan beberapa negara Asia termasuk Indonesia. Mengapa Cina berhasil?. Para pengamat bisnis dan ahli *strategic management* dunia memantau ada dua hal utama yang menjadi keunggulan komparatif Cina yaitu (1) biaya murah, dan (2) teknologi tinggi. Harus dicatat bahwa keunggulan Cina bukan hanya itu, tetapi ditambah dengan beberapa hal antara lain:

- a. Kecepatan di dalam berproduksi dengan muatan teknologi yang handal/tinggi.
- b. Kemampuan Cina menghasilkan produk konsumen dunia dengan berteknologi tinggi dengan harga murah dan mampu menguasai pasar di Asia dan bahkan dunia.
- c. Para pemain industri dunia seperti Jepang dan Korea yang bergerak di beragam industri jumlahnya terbatas. Tetapi di Cina jumlahnya sangat banyak sehingga sesama mereka berebut pasar produk-produk dunia seperti ponsel (HP), peralatan elektronika, perabot rumah tangga, mobil, kendaraan sepeda motor, dll.
- d. Tidak seperti Korea dan Jepang, Cina memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada investor asing dan pengusaha asing untuk masuk di bidang industri penting dan strategis. Di sektor ini Cina banyak melakukan kemitraan dan aliansi dengan para pengusaha besar dari luar negeri. Ini turut membantu membesarkan industri di Cina dan berdampak positif bagi alih teknologi dan manajemen serta pembentukan keahlian pekerja Cina secara cepat.
- e. Cina merupakan kekuatan ekonomi penting bagi para investor asing, tetapi kini Cina juga menjadi pasar besar dunia yang dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi para pengusaha dari luar.
- f. Dengan masuknya beberapa pengusaha besar dari Amerika Serikat dan juga Eropa, maka hal ini juga mempermudah Cina masuk ke negara-negara tersebut.
- g. Keunggulan dalam menciptakan 'biaya rendah' di antaranya dengan rendahnya tingkat korupsi.

Pengalaman-pengalaman mereka (Cina dan India) itu jika kita simpulkan dan identifikasi ada beberapa yang dapat kita catat, di antaranya adalah karena disebabkan oleh:

1. Adanya pemimpin yang 'visioner' dan mempunyai kualitas EL (*entrepreneurial leadership*) dan birokrat yang EB (*entrepreneurial burocrats*).
2. Adanya perubahan paradigma pembangunan secara total di mana pelaksanaan pembangunan seluruhnya atau sebagian besar dilakukan oleh

swasta dalam rangka memotivasi pertumbuhan dunia usaha dan penciptaan lapangan kerja dan menghindari praktek KKN pejabat pemerintah.

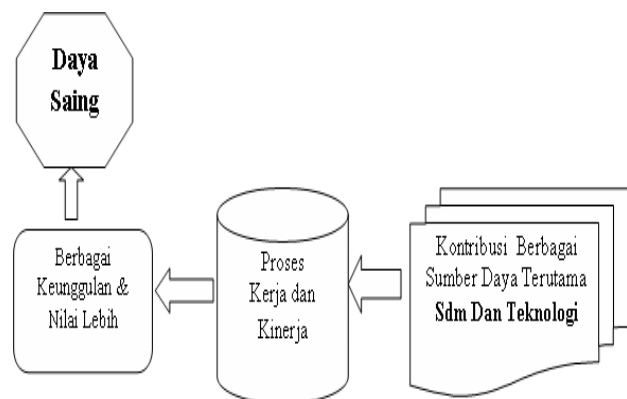
3. Tingginya kualitas SDM khususnya yang memiliki jiwa dan semangat dan perilaku kewirausahaan.
4. Kemampuan, keberanian, dan kecepatan, serta ketepatan para pengambil keputusan di dalam mengambil keputusan strategis dan keputusan itu bernilai ekonomi (bisnis) yang tinggi sehingga disambut baik oleh komunitas usahawan (investor).
5. Daerah-daerah itu memiliki keunggulan komperatif yang lebih sehingga meningkatkan daya tarik yang tinggi terhadap para investor. Di antara beberapa keunggulan komperatif tersebut adalah: a. tingginya *public relations* pemerintah untuk membangun citra daerah, b. adanya kondisi yang kondusif untuk mendirikan usaha seperti stabilnya keamanan, adanya kepastian hukum, minimnya praktek KKN, birokrasi yang pendek dan sederhana, cepatnya di dalam mengambil keputusan, c. tersedianya infrastruktur dan komunikasi yang berkualitas tinggi, dan d. rendahnya biaya produksi.
6. Keterlibatan sektor swasta dan profesional di dalam membuat rencana strategis daerah.

Konsep Menciptakan Daya Saing Daerah

Secara konseptual daya saing dirumuskan sebagai kumpulan dari berbagai keunggulan yang terintegrasi dalam satu entitas (barang atau jasa, orang atau organisasi atau Negara) diorganisir dan dicitrakan sebagai satu kekuatan terbaik yang dipergunakan untuk mengatasi kekuatan dan kemampuan pihak lain yang berpotensi untuk melawankan atau mengancam kepentingan dan posisi kita. Di samping itu secara konseptual daya saing merupakan hasil puncak dari berbagai keunggulan dan nilai lebih yang dimiliki untuk membuat sesuatu (*something*) baik berupa organisasi atau produk dan jasa. Keunggulan tersebut dilahirkan dari proses kerja dan kinerja yang dilakukan dengan tingkat kualitas yang baik dengan konsep manajemen profesional

modern ditambah adanya kontribusi dari berbagai sumber daya yang terbaik seperti bahan baku, SDM, kepemimpinan, adanya keuangan yang cukup didukung oleh ketersediaan prasarana dan sarana yang cukup, serta teknologi yang mutakhir. Pemahaman konseptual itu digambarkan pada Figur 2.

Dalam perspektif bisnis daya saing dikonsepsionalisasikan sebagai kumpulan dari hasil proses kerja dan kinerja yang berwujud dalam berbagai keunggulan komparatif seperti kualitas, harga, pelayanan, kemasan, penyampaian dan lain sebagainya dan berbagai fungsi manajemen kumpulan dari hasil proses kerja dan kinerja yang berwujud dalam berbagai keunggulan komparatif seperti kualitas, harga, pelayanan, kemasan, penyampaian dan lain sebagainya dan berbagai fungsi manajemen yang menyatu ke dalam satu bentuk organisasi atau produk dan atau jasa yang kemudian melahirkan satu jati diri baru organisasi atau produk atau jasa sebagai suatu kondisi yang terbaiknya. yang menyatu ke dalam satu bentuk organisasi atau produk dan atau jasa yang kemudian melahirkan satu jati diri baru organisasi atau produk atau jasa sebagai suatu kondisi yang terbaiknya.



Figur 2
Rasional Penciptaan Daya Saing

Sementara itu sebuah kajian yang dibuat oleh Pusat Pendidikan dan Studi Keperbanksentralan Bank Indonesia dengan peneliti Piter Abdullah, Armida S. Alisjahbana, Nurry Effendi dan Boediono (2002, 12) dengan mengutip beberapa sumber mengatakan bahwa World Economic Forum mendefinisikan daya saing nasional sebagai kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan. Definisi ini berfokus pada

kebijakan-kebijakan yang tepat, institusi-institusi yang sesuai, serta karakteristik-karakteristik ekonomi lain yang mendukung terwujudnya pertumbuhan ekonomi yang tinggi yang berkelanjutan tersebut. Lembaga lain seperti Institute of Management Development (IMD) mendefinisikan daya saing nasional sebagai "kemampuan suatu negara dalam menciptakan nilai tambah dalam rangka menambah kekayaan nasional dengan cara mengelola aset dan proses, daya tarik dan agresivitas, globality dan proximity, serta dengan mengintegrasikan hubungan-hubungan tersebut ke dalam suatu model ekonomi dan sosial". Pada bagian lain disimpulkan dengan lebih sederhana bahwa daya saing nasional suatu konsep yang mengukur dan membandingkan seberapa baik suatu negara dalam menyediakan suatu sistem tertentu yang kondusif untuk mempertahankan daya saing domestik maupun global kepada perusahaan-perusahaan yang berada di wilayahnya. Definisi yang dirumuskan oleh peneliti ini melihat daya saing dalam perspektif ekonomi internal daerah. Definisi ini dapat diperluas dengan melihat dua dimensi, yaitu dimensi internal (di dalam daerah dan di dalam negara di mana daerah tersebut berada) dan dimensi eksternal (yang melihat kemampuan bersaing dalam perspektif global). Untuk itu, maka ditawarkan di sini bahwa daya saing daerah dapat dirumuskan sebagai "kemampuan daerah itu untuk menumbuhkembangkan daerah tersebut yang direfleksikan di dalam adanya pertumbuhan ekonomi yang kuat, peningkatan daya beli, kemakmuran rakyat, dan kualitas diri rakyat (masyarakat), tingginya daya tarik daerah tersebut bagi para investor luar daerah tersebut untuk berinvestasi dan berbisnis, dan kemampuan daerah itu menghasilkan outputnya (produk dan/atau jasa) untuk bersaing dan menang dalam persaingan dengan output (produk dan/atau jasa) yang dihasilkan oleh pihak lain di luar daerah tersebut secara global".

Dari berbagai definisi tersebut dapat identifikasi beberapa elemen penting dari daya saing, antara lain: (a) kumpulan dari hasil proses kerja dan kinerja, (b) perwujudan dari berbagai: (1) keunggulan komparatif seperti kualitas, harga, pelayanan, kemasan, penyampaian dan lain sebagainya dan (2) fungsi manajemen seperti produksi, keuangan,

SDM, Litbang, inti manajemen, pemasaran, operasional dan lain sebagainya, (c) dalam satu bentuk organisasi atau produk dan atau jasa yang kemudian., (d) melahirkan satu jati diri baru organisasi atau produk atau jasa, dan (e) sebagai suatu kondisi yang terbaik dari organisasi, produk atau jasa.

Elemen-elemen definisional tersebut hanya merupakan sebagian dari aspek-aspek penting dari apa yang terkandung di dalam konsep daya saing, tetapi itu bukan komponen lengkap yang dibutuhkan untuk dapat membangun atau menciptakan daya saing yang diperlukan oleh organisasi, produk atau jasa untuk menang di dalam persaingan global. Dapat disebutkan bahwa konsepsi daya saing terkait dengan dua hal penting yaitu (a) persepsi orang dan (b) adanya atribut dominan dari (i) organisasi dan (ii) produk.

1. Persepsi:

Daya saing adalah salah satu bentuk dari persepsi lawan atau pelanggan terhadap organisasi dan atau produk. Persepsi itu berkaitan dengan berbagai keunggulan atau kekuatan atau potensi yang dimiliki dan oleh organisasi atau produk yang dianggap sebagai yang terbaik dari berbagai aspek yang melekat pada organisasi atau produk tersebut yang terkait atau yang berhubungan dengan beberapa hal antara lain seperti: 1. Kualitas, 2. Daya tahan (awet), 3. Kelengkapannya, 4. Kompatibilitas (kecocokan atau kesesuaian), 5. Sah tidaknya, halal tidaknya (jika dikaitkan dengan makanan atau minuman), 6. Tertib, beretika baik, patuh hukum, pegang janji, 7. Mudah diakses dan diperoleh, 8. Tidak cepat rusak, 9. Enak dipakai, 10. Mempunyai keberlangsungan (kontinuitas keberadaannya), 11. Daya guna atau manfaat yang tinggi, 12. Harga yang sesuai dengan kualitas sesuatu yang diberikan bahkan lebih murah, 13. Keunggulan teknologi, 14. Mempunyai nilai tambah yang tinggi, 15. Sistem pembayaran, 16. Daya beli rakyat, 17. Tingkat suku bunga (lebih rendah lebih baik), 18. Tingkat angka pengangguran dan kemiskinan (lebih rendah lebih baik), 19. Tingkat angka inflasi (lebih rendah lebih baik), 20. Kekuatan nilai tukar uang dalam negeri, 21. Stabilitas politik dan keamanan, 22. Pelayanan individual pelanggan yang

memuaskan, 23. Kemasan, 24. Pemeliharaan dan perbaikan purna jual (*after sale service*), 25. Promosi dan distribusi, 26. Pemakaian yang praktis dan mudah diopersikan, 27. Selalu terjadi pembaharuan (*up dating*), 28. Mudahnnya memperoleh suku cadang, 29. Standarisasi (kecocokan penggunaan) internasional, 30. Mempunyai daya tarik, manis, dan memikat, 31. Membanggakan karena dipakai atau dipergunakan tokoh-tokoh dan figur masyarakat yang penting dan terhormat, 32. Tidak membahayakan lingkungan, 33. Tidak berdampak negatif dan tidak membahayakan kondisi diri pengguna, dan 34. Mega marketing (lobby dan politik marketing).

2. Atribut dominan:

Organisasi.

Hal-hal yang dapat membantu terciptanya daya saing organisasi adalah sesuai yang dapat membuat organisasi tersebut dapat berhasil memproduksi outputnya dengan pendekatan manajemen modern yang dilakukan secara efisien, efektif, produktif dan optimal. Dalam kajian yang lain kemajuan organisasi banyak ditentukan dengan kemampuan dan ketepatan di dalam melakukan perubahan di dalam organisasi itu sendiri yang berkaitan dengan berbagai aspek yang memang dituntut untuk dirubah baik dari sudut organisasi maupun SDM (lihat Frinces, 2009, *Tuntutan Perubahan*). Hal-hal yang dituntut untuk dirubah biasanya antara lain: (1) Kondisi obyektif (*existing condition*) organisasi (perusahaan) saat ini meliputi potensi, peluang, kekuatan, keunggulan, kelemahan, problem, persaingan, perubahan lingkungan, dan prospek organisasi (perusahaan), (2) Kondisi pasar termasuk potensi, jenis, lokasi, dan tingkat persaingan, dan kebutuhan baru pasar (masyarakat), (3) Jenis para pesaing termasuk apakah berasal dari dalam atau luar negeri, bagaimana kekuatan, kelemahan, citra, keunggulan, jaringan mereka, dan potensi serta prospek mereka, dan (4) Kondisi, stabilitas dan kebijakan pemerintah lokal, nasional, dan global. Aspek-aspek yang dapat menjadi bahan pemikiran konsepsional di dalam perumusan

rencana strategis antara lain: kondisi dan indikator makro ekonomi seperti inflasi, pengangguran, kemiskinan, utang, pendapatan dan potensinya, besaran anggaran belanja, dll. Bersamaan dengan itu yang menjadi tumpuan perhatian lain dari pemerintah adalah antara lain prioritas pembangunan dan jenis pembangunan yang akan dilakukan (infrastruktur dan non infrastruktur, kesejahteraan masyarakat atau sektor ekonomi industri, bisnis dan perdagangan, pertanian, kehutanan, dan pertambangan, dll). Kebijakan strategis bidang ekonomi seperti: kerjasama ekonomi dan perdagangan internasional, suku bunga (*interest rates*), inflasi, jumlah uang yang beredar, nilai valuta asing, harga komoditas, obligasi, dan kebijakan privatisasi pemerintah terhadap Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Ke empat hal ini merupakan potensi dan parameter ekonomi nasional yang harus menjadi bahan pertimbangan dan kajian serius bagi organisasi (perusahaan) dalam merumuskan rencana strategisnya. Dengan melihat semua aspek tersebut, maka sudah dipastikan bahwa organisasi (perusahaan) hanya akan *survive*, maju, berkembang, dan mampu bersaing, bila rumusan rencana strategis itu mencakup berbagai aspek tersebut di atas. Ini artinya bahwa ke depan eksekutif organisasi (perusahaan) harus melakukan perubahan fundamental di dalam pembuatan rencana strategis. Perubahan tersebut meliputi dua hal besar yang meliputi: (1) Perubahan yang berkaitan dengan kemanusiaan (*human related changes*), dan (2) Perubahan yang berkaitan dengan organisasi (*organization related changes*) (Frinces, 2011).

3. Produk

Untuk mempermudah penjelasan tentang konsepsi persaingan dan daya saing, kita contohkan sebuah isu nasional yang sekarang sedang marak dibicarakan yaitu 'menciptakan daya saing produk dan jasa' yang dihasilkan dan diekspor oleh Indonesia di pasar global. Adanya kesan dan keluhan kita selama ini yang menyatakan bahwa ekonomi kita sedang terpuruk karena anjloknya nilai ekspor kita. Anjloknya ekspor

tersebut salah satunya disebabkan (dan mungkin yang paling utama) karena produk dan jasa (disingkat 'barang') tidak laku dijual di pasar internasional karena kalah bersaing dengan produk-produk orang atau Negara-negara lain. Dengan kata lain barang-barang kita kalah bersaing dalam pasar global karena rendahnya daya saingnya. Alasannya adalah karena barang kita tidak mempunyai elemen-elemen penting yang dapat memperkuat daya saing. Banyak faktor yang membentuk daya saing antara lain: 1. Kualitas, 2. Daya tahan (awet), 3. Kelengkapannya, 4. Kompatibilitas (kecocokan atau kesesuaian), 5. Sah tidaknya, halal tidaknya (jika dikaitkan dengan makanan atau minuman), 6. Tertib, beretika baik, patuh hukum, pegang janji, 7. Mudah diakses dan diperoleh, 8. Tidak cepat rusak, 9. Enak dipakai, 10. Mempunyai keberlangsungan (kontinuitas keberadaannya), 11. Daya guna atau manfaat yang tinggi, 12. Harga yang sesuai dengan kualitas sesuatu yang diberikan bahkan lebih murah, 13. Keunggulan teknologi, 14. Mempunyai nilai tambah yang tinggi, 15. Sistem pembayaran, 16. Pelayanan individual pelanggan yang memuaskan, 17. Kemasan, 18. Pemeliharaan dan perbaikan purna jual (*after sale service*), 19. Promosi dan distribusi, 20. Pemakaian yang praktis dan mudah diopersikan, 21. Selalu terjadi pembaharuan (*up dating*), 22. Mudahnnya memperoleh suku cadang, 23. Standarisasi (kecocokan penggunaan) internasional, 24. Mempunyai daya tarik, manis, dan memikat, 25. Membanggakan karena dipakai atau dipergunakan tokoh-tokoh dan figur masyarakat yang penting dan terhormat, 26. Tidak membahayakan lingkungan, 27. Tidak berdampak negatif dan tidak membahayakan kondisi diri pengguna, 28. Dapat dipercaya (*trust, reliable*), 29. Mega marketing (lobby dan politik marketing), 30. Daya beli rakyat, 31. Tingkat suku bunga (lebih rendah lebih baik, 32. Tingkat angka pengangguran dan kemiskinan (lebih rendah lebih baik), 33. Tingkat angka inflasi (lebih rendah lebih baik), 34. Kekuatan nilai tukar uang dalam negeri, dan 35. Stabilitas politik dan keamanan.

Pandangan banyak pihak bahwa dalam perspektif barang, unsur dominan dari semua yang disebut di atas dalam penciptaan daya saing adalah dari aspek (a) harga barang dan (b) kualitas barang (lihat Frinces, Januari 2009 dan November 2006). Ke dua aspek ini merupakan elemen kunci daya saing yang pembentukannya sangat ditentukan oleh peran yang dimainkan oleh unsur pimpinan. Seperti yang dapat dilihat pada Figur 1 bahwa daya saing barang-barang di dalam persaingan pasar global banyak ditentukan oleh tingginya muatan teknologi dalam proses produksi barang. Dengan kata lain bahwa tinggi dan rendahnya teknologi dan banyak tidaknya teknologi tersebut dimuat dalam proses produksi akan menentukan keunggulan daya saing barang. Semakin tinggi dan banyak teknologi tinggi yang relevan masuk dalam proses produksi barang, maka semakin besar nilai tambah dan keunggulan daya saing barang tersebut dan sebaliknya. Persoalannya adalah bagaimana menguasai, dan menerapkan atau memasukan teknologi tersebut kedalam proses produksi.

Pengalaman banyak Negara, daerah dan organisasi (perusahaan-perusahaan) internasional memperlihatkan bahwa penciptaan dan keunggulan di dalam menemukan (*invention*) sains (*science*). Seterusnya sains hanya dapat tercipta oleh adanya kegiatan R & D yang dilakukan secara terus menerus dan dengan intensitas kerja penelitian yang luar biasa. Intensitas kerja dan kegiatan R & D itu hanya akan berhasil bila didukung oleh fasilitas dan faktor penunjang (sarana dan prasarana) yang baik (bukan sekedar cukup) dan mutakhir. Semua fasilitas yang mutakhir dan kegiatan R & D hanya dapat menghasilkan suatu temuan yang berkualitas unggulan bila dilakukan oleh para peneliti yang inovatif, berinisiatif, dan berkreativitas tinggi. Hanya saja hasil pengamatan dan pengalaman di negara-negara industri maju memperlihatkan bahwa kreativitas, inisiatif dan inovatif hanya akan muncul dengan baik dalam kondisi yang mempunyai tingkat kebebasan (*freedom*) yang tinggi. Kebebasan itu diidentifikasi dengan kondisi yang demokratis (*democracy*). Di dalam alam yang demokratis atau bebas ini maka akan dapat diciptakan dan ditemukan SDM (sumber daya manusia) yang berkualitas dan unggul dalam rangka pembangunan ekonomi

suatu daerah/bangsa seperti tampak pada Figur 1 di atas.

Dari kajian proses penciptaan daya saing di atas dapat dicatat 2 (dua) hal: (1) daya saing dapat diciptakan secara langsung dalam proses secara bertahap/gradual dengan waktu yang cukup panjang, dan (2) daya saing dapat diciptakan secara tidak langsung oleh adanya perubahan sistem, kemauan, kemampuan, dan keberanian untuk melakukan perubahan strategis. Dari kajian di atas dapat kita inisiatifkan beberapa langkah strategis untuk menciptakan daya saing daerah antara lain :

1. Ada kemauan politik yang kuat dari pimpinan dan pemerintahannya untuk menciptakan dan memperkuat daya saing.
2. Adanya kajian yang komprehensif tentang kondisi obyektif potensi dan kekuatan daerah dan tingkat kekuatan daya saing daerah.
3. Membuat tim kerja yang dapat memberikan masukan dan melaksanakan secara teknis koordinasi tentang penciptaan dan penguatan daya saing daerah.
4. Dibuatnya perencanaan strategis daerah yang secara jelas membangun berbagai keunggulan dan daya saing daerah dengan pendekatan baru agar (1) dapat direalisasikan secara praktis, (2) dapat menarik minat dan partisipasi sektor swasta, dan (3) berdampak signifikan dalam memecahkan persoalan ekonomi mikro dan makro di daerah (dan rakyat)..
5. Membuat anggaran yang cukup tinggi untuk membiayai program penciptaan dan penguatan daya saing dan perlu menyediakan dana pembangunan yang cukup.
6. Mereposisi posisi strategis unit-unit organisasi dan memilih mereka yang memiliki komitmen yang tinggi untuk membangun daya saing daerah dan memiliki kualitas kewirausahaan yang tinggi.
7. Secara sistematis meningkatkan kualitas SDM pemerintah daerah (PNS khususnya) untuk berpartisipasi aktif dalam membangun ekonomi daerah dan secara khusus mendukung penguatan daya saing daerah lewat organisasi di mana mereka berkerja dan bertugas.
8. Melakukan berbagai perubahan strategis di dalam dan di luar organisasi pemerintahan daerah di daerah dalam usaha mendukung terciptanya daya saing daerah. Yang dirubah baik yang berkaitan dengan aspek SDM maupun organisasi, termasuk gaya memimpin.
9. Meningkatkan kualitas keluaran (output) pendidikan yang kualitasnya setara dengan kualitas SDM dari Negara-negara mitra dagang utama Indonesia. Untuk tujuan ini maka pemerintah daerah harus melakukan reformasi sektor penyelenggaraan pendidikan dengan melakukan perubahan manajemen dan sistem pendidikan sehingga kondusif untuk menghasilkan 'output' yang tidak saja memiliki kemandirian dan ilmu pengetahuan dan ketrampilan, tetapi juga dapat menghasilkan SDM yang berkualitas kewirausahaan (*entrepreneurial human resources*).
10. Membuat unit organisasi khusus untuk menangani program penciptaan dan penguatan daya saing berupa sebuah *taskforce* daya saing.
11. Melakukan koordinasi dan membangun sinergisitas antara pemerintah daerah, pengusaha dan masyarakat termasuk perguruan tinggi di dalam membuat rumusan dan mengembangkan konsep penciptaan dan penguatan daya saing daerah.

Di samping hal-hal tersebut di atas, pemerintah daerah juga dapat membangun daya saingnya dengan memperhatikan berbagai aspek lainnya yang ada di daerah seperti: 1. bahan baku, 2. biaya produksi yang rendah, 3. meningkatkan produksi yang menghasilkan nilai tambah yang tinggi dengan membantu dasarnya muatan teknologi dalam proses produksi, 4. hilangnya praktek-praktek KKN dan pungutan liar (pungli), 5. kualitas dan jalur infrastruktur yang bagus, 6. lancarnya transportasi dan komunikasi, 7. tersedianya energi (minyak, gas, listrik, dan batu bara) dengan baik dan lancar, 8. cepatnya keputusan yang diambil pemerintah daerah, 9. pelayanan pemerintahan yang cepat, baik dan memuaskan, 10. tersedianya lahan untuk tempat produksi dengan biaya murah, 11. tersedianya suplai bahan kebutuhan konsumsi

sehari-hari dengan cukup dan relatif murah dan mudah diperoleh, 12. daerah yang aman, tenang dan dinamis, 13. tingkat inflasi yang rendah, 14. Adanya penegakan hukum dan perundang-undangan secara baik dan transparan serta adanya kepastian hukum, 15. lingkungan yang bersih dan teratur, 16. para pengusaha yang diberikan kesempatan yang sama, adil dan berimbang, dan 17. para pengusaha dan perusahaan harus diajak untuk sama-sama bertugas untuk membangun berbagai keunggulan daerah dan daya saing daerah.

Rekayasa Program Pembangunan Daerah

Salah satu aspek terpenting dalam pembangunan ekonomi daerah adalah melakukan rekayasa program pembangunan dalam rangka untuk meningkatkan kesejahteraan di daerah-daerah di seluruh Indonesia. Dalam perspektif MP3EI dijelaskan ada 6 koridor ekonomi daerah yang akan dibangun di Indonesia. Enam koridor ekonomi daerah dengan keunggulannya masing-masing tersebut adalah: 1. Sumatera, dijadikan sebagai sentra produksi dan pengolahan hasil bumi dan lambung energi nasional dengan komoditas: kelapa sawit, karet, batubara, besi-baja, JSS, 2. Jawa, dijadikan sebagai pendorong industri dan jasa nasional dengan komoditas: industri man-man, tekstil, permesinan transportasi, perkapalan, alutsista, telematika, metropolitan Jadedotabek, 3. Kalimantan, dijadikan sebagai pusat produksi dan pengolahan hasil tambang dan lambung energi nasional, dengan komoditas: kelapa sawit, batu bara, alumina/bauksit, minyak dan gas, perkayuan, besi-baja, 4. Sulawesi, sebagai pusat produksi dan pengolahan hasil pertanian, perkebunan, dan perikanan serta pertambangan nikel nasional, dengan komoditas: pertanian pangan, peternakan, perikanan, nikel, dan minyak dan gas, 5. Bali-Nusa Tenggara, sebagai pintu gerbang pariwisata dan pendukung pangan nasional, dengan komoditas: pariwisata, peternakan, dan perikanan, dan 6. Papua-Kepulauan Maluku, sebagai pusat pengembangan pangan, perikanan, energi dan pertambangan nasional dengan komoditas: food estate, tembaga, peternakan, perikanan, minyak dan gas, dan nikel. (MKBP, 2011). Salah satu bagian penting dari rekayasa tersebut

dapat mendatangkan investor dan pendana pembangunan di daerah dan ini merupakan hal yang selalu diimpikan dan didambakan kedatangannya oleh Pemerintah Daerah (Pemda) maupun Pemerintah Pusat. Mengapa demikian karena Pemerintah Daerah (Pemda) mempunyai keterbatasan di dalam membiayai proyek pembangunan di daerah demikian pula pemerintah pusat juga kesulitan dalam pengalokasian dana ke daerah karena keterbatasan tersebut. Untuk mengetahui hal ini, maka diperlukan beberapa langkah strategis yang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat. Membuat rencana strategis yang didalamnya paling tidak harus memuat 4 hal yaitu:

1. Prioritas pembangunan secara sektoral dan jenis proyeknya. Misalnya dengan mengidentifikasi potensi komoditas unggulan yang bersumber pada pertanian tanaman pangan/hortikultur, perkebunan, kehutanan, perikanan/kelautan, dan pariwisata.
2. Strategi yang diadopsi Pemda dalam mencapai tujuan renstra dan kebijakan yang akan dibuat untuk mendukung strategi pembangunan Pemda. Strategi umum dan kebijakan spesifik tentang proses pembangunan belum jelas.
3. Pembangunan infrastruktur dan perhubungan serta komunikasi untuk menunjang pelaksanaan pembangunan. Hal ini juga telah masuk dalam rancangan atau paling tidak pemikiran pemda-pemda di seluruh Indonesia seperti pembangunan pelabuhan dan pembangunan lapangan terbang, sepanjang itu dimungkinkan melihat kondisi wilayah masing-masing daerah.
4. Identifikasi proyek pro bisnis yang dapat menarik para investor untuk masuk. Proyek tersebut berkisar proyek yang dapat mendatangkan keuntungan bila dilaksanakan dan bersifat *self-financed* seperti proyek tenaga listrik, proyek pengadaan air minum bersih (PDAM), proyek pembangunan pasar, proyek pembangunan perumahan murah, dan proyek pembangunan dan pengoperasian pusat perdagangan (mall, shopping centers, dan ruko/rumah toko).

Berbagai jenis proyek yang diusulkan di atas, dan bila dapat dilaksanakan akan membuka kesempatan kerja dan akan

meningkatkan kegiatan ekonomi dan bisnis dalam negeri sehingga berpengaruh positif terhadap usaha untuk menaikkan tingkat kesejahteraan. Rekayasa program pembangunan yang dimaksudkan di atas tentu dapat disinkronisasikan dengan Masterplan Pemerintah Pusat MP3EI yang penjabarannya telah dibuat lewat Rencana Kerja Pemerintah (RKP) 2012 yang telah disiapkan oleh Kementerian PPN/BAPPENAS (Armida 2011). Dalam RKP tersebut program MP3EI diarahkan untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh Indonesia antara lain kenaikan harga pangan dan energi, merealisasi pembangunan infrastruktur dan listrik, penciptaan iklim investasi yang baik, pelaksanaan program pro-rakyat dan pelayanan masyarakat, serta kesiagaan dan kesiapan menghadapi bencana di pusat dan daerah (Kompas, Selasa 8 November 2011). Di samping hal tersebut di atas, harus juga diidentifikasi sektor komoditas unggulan yang dapat dihasilkan di daerah dan mempunyai daya saing tinggi di pasaran. Untuk melakukan identifikasi dan pilihan, maka harus dibuat sebuah penelitian serius antara permintaan pasar yang tertinggi dan produk yang akan dihasilkan. Sebagai ilustrasi, di Kalifornia, Amerika Serikat, di mana masyarakat dan petani pada umumnya mempunyai kebiasaan makan dengan makanan utama dan bercocok tanam utamanya adalah gandum.

Tetapi setelah dikaji serius oleh para ahli manajemen dan bisnis bahwa betul gandum telah menjadi bahan makanan pokok, tetapi produk itu telah gagal untuk meningkatkan daya beli dan kemakmuran para petani. Hasil kajian para ahli merekomendasikan agar para petani merubah jenis usaha dan kegiatan kerja mereka agar mengganti tanaman mereka dari menghasilkan gandum menghasilkan komoditas yang dibutuhkan oleh pasar terbesar (global). Tanaman pengganti yang dipilih adalah tanaman padi yang menghasilkan beras. Komoditas beras adalah komoditas yang paling dibutuhkan oleh banyak konsumen/pasar dunia. Kenapa mereka menanam padi ketimbang menanam gandum yang menjadi makanan pokok mereka?. Jawabannya adalah karena padi yang menghasilkan beras dibutuhkan oleh pasar terbesar di dunia dan suplainya terbatas. Dengan panen 3 kali setahun dan diproses secara mekanis (*capital intensive*) sebagaimana

mereka lakukan ketika menanam gandum, maka beras yang diproduksi di Kalifornia menghasilkan pendapatan hampir 3 kali lipat dari pendapatan dengan menanam gandum. Sementara suplai gandum dunia masih cukup banyak.

Yang menjadi catatan penting dari pengalaman Kalifornia adalah:

1. Mencari hasil produksi yang dibutuhkan oleh pasar dengan harga yang pasti dan bernilai tinggi serta mendatangkan pendapatan yang lebih besar.
2. Kemampuan untuk merubah pola pikir dan membuat berbagai alternatif hidup.
3. Merubah perilaku dari kebiasaan (tradisional) kerja dan hidup menjadi perilaku baru yang belum pernah dilakukan tetapi mempunyai prospek yang lebih menguntungkan untuk meningkatkan kesejahteraan diri dan keluarga.

Pengalaman Kalifornia ini menjadi contoh penting bagi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah untuk mengkaji ulang apakah prioritas yang dibuat yang mengandalkan sektor pertanian, perkebunan, hortikultur, perikanan akan menghasilkan produk yang mampu meningkatkan pendapatan yang dapat membuat rakyat menjadi sejahtera dan bahkan makmur. Bila jawaban tidak, maka opsinya adalah melakukan perubahan terhadap perilaku, cara pikir (*mindset*), dan kebiasaan kerja yang hasilnya dapat meningkatkan pendapatan dan daya beli masyarakat.

Kesimpulan

Dari beberapa pemikiran di atas dapat disimpulkan dan disarankan akan perlunya perubahan (*change*) sebagai kondisi untuk dapat menciptakan keunggulan komparatif daerah. Keunggulan komparatif ini pada gilirannya akan menciptakan daya saing (*competitiveness*). Untuk itu daya saing harus ditumbuhkembangkan agar ekonomi daerah dan komoditas yang dihasilkan mempunyai nilai lebih di pasar lokal, nasional, dan global sekarang. Daya saing akan menjadi daya tarik yang besar bagi investor untuk datang ke daerah. Bila ini berhasil, maka akan terjadi inovasi bisnis dan penciptaan kesempatan kerja baru. Ini semua merupakan tugas dari pemimpin daerah di era persaingan global dan otonomi daerah saat ini. Pekerjaan ini penting dan berat untuk dilakukan oleh seorang

pemimpin dan jajaran birokrasinya. Oleh karena itu, diperlukan adanya pimpinan, birokrat termasuk masyarakatnya (SDM) untuk mempunyai jiwa, semangat, dan nilai-nilai entrepreneurship. Hasil dari kerja dan kinerja dari pemimpin dan SDM dengan jiwa dan semangat serta nilai-nilai entrepreneurship akan dapat melakukan perubahan dan proses pembangunan daerah secara cepat dan tepat. Perubahan dilakukan untuk menciptakan perbaikan dalam proses dan hasil pembangunan yang dilakukan di daerah. Untuk itu adalah penting untuk menstrategikan ulang pembangunan daerah dan pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) sesuai dengan rencana pembangunan yang dibuat dan adanya perubahan lingkungan dan persaingan global.

Daftar Pustaka

- Armida S. Alisjahbana "Inisiatif Baru RKP (Rencana Kerja Pemerintah) 2012", SK Kompas, 8 November 2011
- Frinces, Zein Heflin "Manajemen SDM: Kiat Memenangkan Persaingan Global", Penerbit Gradasi Yogyakarta, 2011
- _____(Maret 2011) "Be An Entrepreneur: Kajian Strategis Pengembangan Kewirausahaan", Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011
- _____(Oktober 2009) "Tuntutan Perubahan", Penerbit Mida Pustaka Yogyakarta, 2009
- _____, "Kepemimpinan Berbasis Kewirausahaan", Mida Pustaka Yogyakarta, 2009
- _____, "Globalisasi: Respons Terhadap Krisis Ekonomi Global", Penerbit Mida Pusataka Yogyakarta, 2009
- _____, "Manajemen Strategik: Resep Daya Saing dan Unggul", Penerbit Mida Pustaka, Yogyakarta, 2006
- _____, "Strategi : Konsepsi Memenangkan Perang Bisnis," Penerbit Mida Pustaka, Yogyakarta, 2007
- _____, "Manajemen Strategik: Resep Daya Saing dan Unggul", Penerbit Mida Pustaka, Yogyakarta, 2006.
- George S. Day and Robin Wensley, "Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority" (Journal of Marketing April 1988, 30), 1988
- Hatta Radjasa, "Spirit Business as not Usual Dalam MP3EI", SK Radar Solo, Juni 2011
- KMIRI (Kementrian Komunikasi dan Informasi RI, "Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011-2025", KMIRI, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Direktorat Kemitraan Komunikasi, Jakarta, 2011
- SK. Kompas, Selasa 8 November 2011
- SK. Seputra Indonesia, Senin, 31 Oktober, 2011
- Litbang Kompas, "Pertumbuhan Tidak Berkualias", SK Kompas edisi Selasa 8 November 2011
- MKBP (Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, "Penjelasan tentang Master Plan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Nasional Indonesia (MP3EI) tahun 2011-2025, Bogor, 18 April 2011.
- Piter Abdullah, Armida S. Alisjahbana, Nurry Effendi dan Boediono, "Daya Saing Daerah: Konsep dan Pengukurannya di Indoinesia", Pusat Pendidikan dan Studi Keperbanksentralan Bank Indonesia, 2002
- UNDP, UNDP Annual Report-2011, UNDP 2 November 2011
- WEF (World Economic Forum), "Competitive Report 2011 (sebagaimana diberitakan oleh SK Bisnis Indonesia", Senin, 13 Juni 2011)