

ALTERNATIF STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI BARANG JADI KARET DI INDONESIA

Alternative Strategy for Developing Rubber Goods Industry in Indonesia

Iif Rahmat Fauzi

Balai Penelitian Sungei Putih, PO Box: 1415, Medan 20001, Indonesia

e-mail: balitsp@indosat.net.id

Diterima tgl 30 Januari 2013 / Disetujui tgl 2 Juli 2013

Abstrak

Pengembangan industri barang jadi perlu dilakukan dalam memperkuat sistem agribisnis karet di Indonesia. Upaya tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan internal dan eksternal. Dari faktor lingkungan internal, Indonesia memiliki kekuatan dalam kontinuitas produksi bahan olah karet yang dijamin dengan luas perkebunan karet terbesar di dunia. Namun demikian, Indonesia masih dihadapkan pada kenyataan akan kualitas bahan olah karet yang rendah, akses pemasaran barang jadi yang terbatas, kemampuan pembiayaan yang minim, dan penguasaan teknologi yang masih sederhana sebagai kelemahan. Sementara dari faktor lingkungan eksternal, Indonesia memiliki peluang potensi pasar dalam negeri yang besar. Jika beranjak dari pengembangan industri berbasis skala usaha kecil dan menengah saja, 60 % pasar dalam negeri masih terbuka untuk diraih. Namun demikian, Indonesia juga masih dihadapkan pada ancaman akan pesaing-pesaing besar dari luar negeri sebagai *market leader*, bahan dan alat penunjang yang masih impor, dan kebijakan pemerintah yang belum mendukung. Dengan kondisi faktor lingkungan internal dan eksternal saat ini, strategi pengembangan industri hilir yang relevan adalah dengan melakukan revitalisasi UKM pengolahan karet berbasis teknologi sederhana yang memfokuskan diri pada produk-produk unggulan yang kreatif dan inovatif.

Kata kunci: karet, industri, strategi, lingkungan internal, lingkungan eksternal.

Abstract

The development of goods industry needs be done in strengthening rubber agribusiness system in Indonesia. This effort is influenced by the internal and external environments factor. In the internal factor side, Indonesia has power in the continuity of the rubber material production which is guaranteed by its largest rubber plantation in the world, but Indonesia still faces some weakness position as the low quality of its rubber material, limited access to rubber goods market, less financing capability, and the use of simple technology. In the external factors side, Indonesia has the opportunities of large domestic markets that can be reach. From the small business sector, 60 % of domestic market is still opened to be reach. However, Indonesia still faces with the threat of big competitors as the market leader, support tools and materials that are still imported, and the unsupporting government policies. Based on this existing internal and external factors, the relevant development strategy is to revitalize small and medium rubber business based on simple rubber processing technology that focuses on creative and innovative product.

Keyword: rubber, industry, strategy, internal environment, external environment.

Pendahuluan

Dengan luas lahan perkebunan terbesar di dunia, perkembangan industri barang jadi karet di Indonesia diyakini akan mampu mendorong pencapaian sistem agribisnis karet yang kokoh. Melalui penciptaan nilai tambah komoditas yang optimal, Indonesia diperkirakan berpotensi menjadi kiblat komoditas karet dunia. Pada kenyataannya, problem pengembangan industri barang jadi

karet seakan menjadi benteng yang sulit ditembus. Masing-masing subsistem yang membangun agribisnis karet berdiri dan berjalan sendiri tanpa ada kesinambungan yang baik sebagaimana yang diharapkan.

Hingga saat ini pengembangan industri barang jadi karet dirasa belum mampu beranjak dari ketertinggalan. Posisi Indonesia di mata dunia masih sebatas negara produsen atau pemasok bahan baku karet bagi negara-negara maju penghasil barang jadi karet. Konsumsi domestik untuk rekayasa produk barang jadi karet di Indonesia tercatat masih relatif rendah, yaitu pada kisaran 16,74 % dari total produksi nasional (Badan Pusat Statistik, 2013). Sebagian besar lainnya merupakan konsumsi bagi negara-negara industri maju seperti Amerika, China, Jepang, dan Singapura. Jika mengacu kepada Malaysia sebagai produsen karet alam terbesar ketiga, mereka telah mampu melakukan hilirisasi domestik terhadap 43% produksi karetnya (Agustina, 2011). Malaysia sudah memiliki *positioning* sebagai negara penghasil produk barang jadi berbahan dasar lateks pekat.

Terdapat kecenderungan yang menunjukkan bahwa pertumbuhan konsumsi karet alam domestik terus meningkat dengan rata-rata pertumbuhan per tahun sebesar 6,0 % dalam lima tahun terakhir. Hampir 65% konsumsi domestik tersebut dimanfaatkan untuk mengembangkan produk ban. Pada sisi lain, terdapat sekitar 218 jenis produk barang jadi karet di Indonesia, diantaranya: ban, pedal sepeda atau motor, *lis* kaca mobil, sepatu, sandal, bola, pakaian selam, *oil seal*, selang, *belt conveyor* atau *transmission*, balon, dot susu, perlak, karpet, dan pelampung. Meskipun banyak melibatkan peran karet sintetik, peran karet alam untuk barang-barang tersebut tidak dapat tergantikan sebagai bahan baku utama. Dunia industri barang jadi karet menyadari masih tetap memerlukan kedua jenis karet tersebut. Keduanya cenderung mempunyai sifat saling melengkapi. Hanya saja, industri yang saat ini berkembang dan menyerap pemakaian kedua jenis karet tersebut selain ban masih memiliki skala usaha yang relatif kecil dan masih membutuhkan pembinaan

dalam pengembangan usahanya (Rangga Cipta, 2011).

Meskipun sudah memberikan kontribusi bagi devisa, tetapi Indonesia telah kehilangan nilai tambah produk karetnya. Jika dikaji lebih lanjut, dari sekitar 16,74 % karet yang telah melalui hilirisasi domestik, rata-rata nilai tambah yang mampu diperoleh mencapai hingga rata-rata 30% dari harga input (Badan Pusat Statistik, 2013). Kondisi seperti ini merupakan suatu kerugian bagi agribisnis karet di Indonesia. Di tengah gairah pengembangan sektor hulu yang saat ini kembali digiatkan melalui program Gerakan Nasional Karet, diperlukan suatu upaya untuk melakukan percepatan pengembangan sektor hilir agar hilangnya nilai tambah yang selama ini terjadi tidak berlanjut.

Masalahnya, membangun industri barang jadi karet di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai macam kelemahan dan tantangan, meskipun di tengah kelemahan dan tantangan tersebut terdapat kekuatan dan peluang yang dimiliki. Tulisan ini akan memformulasikan rumusan yang mampu menghimpun kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan tantangan yang ada menjadi sebuah rancangan strategi untuk meningkatkan kinerja industri barang jadi karet di Indonesia.

Faktor Lingkungan Internal: Kekuatan dan Kelemahan

1. Karet Alam Sebagai Bahan Baku

Ketersediaan Bokar alam yang di dukung dengan luasan perkebunan karet terbesar di dunia merupakan salah satu kekuatan utama dalam melakukan hilirisasi karet di Indonesia. Direktorat Jenderal Perkebunan (2012) mencatat bahwa hingga akhir tahun 2011 luas perkebunan karet di Indonesia mencapai 3.450.144 ha. Dengan luas lahan tersebut Indonesia mampu menghasilkan 2.640.849 ton karet kering. Meski mengalami penurunan pada kurun waktu 2008 dan 2009, produksi karet alam diprediksi terus meningkat.

Menurut *International Rubber Study Group* (2004), dalam studi *Rubber Eco-Project* (2005), dengan proyeksi pertumbuhan produksi

sebesar 3% per tahun diperkirakan Indonesia mampu mencapai produksi hingga 3,5 juta ton pada tahun 2020 dan 5,1 juta ton pada tahun 2035. Proyeksi ini tentu merupakan salah satu keunggulan yang menjadi kekuatan Indonesia di dalam persaingan dunia agribisnis karet dan

secara khusus menjadi kekuatan untuk meningkatkan kinerja industri hilir karet di Indonesia. Tabel 1 memperlihatkan pertumbuhan produksi karet alam Indonesia dari tahun 2005 hingga 2011.

Tabel 1. Luas areal dan produksi perkebunan karet Indonesia 2005-2011

Tahun	Luas areal (ribu ha)	Produksi (ribu ton)	Produktivitas kg/ha	Pertumbuhan produksi (%/tahun)
2005	3.279	2.271	693	-
2006	3.346	2.638	788	16,16
2007	3.214	2.755	857	4,44
2008	3.424	2.755	805	0,00
2009	3.435	2.440	710	-11,44
2010*	3.445	2.734	793	12,04
2011**	3.456	3.089	765	12,98
Rata-rata				4,88

Keterangan: * angka sementara ** angka perkiraan
Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan (2012).

Hal yang masih harus diperhatikan pada ketersediaan bahan baku karet alam di Indonesia adalah kualitas bahan olah karet (bokar) yang masih rendah, terutama terjadi pada perkebunan karet rakyat yang luasnya mencapai 80% dari luas perkebunan karet di Indonesia (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2012). Tidak adanya insentif harga jual yang tinggi bagi petani untuk menghasilkan bokar bersih menjadi salah satu masalah di lapangan. Harga jual karet yang diterima petani umumnya didasarkan pada bobot, bukan mutu. Akibat dari kualitas Bokar yang rendah telah memberatkan pihak pabrik pengolah karet alam dalam melakukan efisiensi serta menjaga umur ekonomis pabrik, di mana beban kerja mesin pabrik banyak terpakai untuk menghilangkan berbagai kotoran dan kontaminan lain dalam bokar.

2. Sumberdaya Manusia (SDM) Sebagai Penggerak

Industri barang jadi karet dibangun atas sekumpulan usaha atau perusahaan yang bergerak dalam penyediaan bahan baku utama karet alam dan atau karet sintetik, bahan bantu

dan pembuat cetakan (*molding*) serta ditunjang beberapa institusi pendukung yang bergerak dalam bidang jasa penelitian dan pengembangan, regulasi, perdagangan, angkutan, keuangan dan jasa lainnya (Kementerian Pertanian, 2007). Untuk dapat menggerakkan industri barang jadi karet dibutuhkan SDM yang tidak sedikit. Namun tidak cukup sebatas tersedia atau tidaknya SDM tetapi juga berkualitas atau tidaknya SDM yang ada adalah hal penting lainnya.

Badan Pusat Statistik (2013) mencatat, jumlah angkatan kerja Indonesia yang berpendidikan akhir akademi, diploma, dan sarjana yang masih menganggur hingga akhir tahun 2012 mencapai 634.990 jiwa. Jumlah angkatan kerja yang menganggur mencapai 7.244.956 jiwa, atau sebesar 6,14 % dari total angkatan kerja. Dengan melihat laju pertumbuhan penduduk yang terus meningkat, potensi SDM Indonesia dikaitkan dengan kebutuhan SDM berkualitas dalam rangka percepatan hilirisasi karet cukup memberikan kekuatan. Tabel 2 menunjukkan jumlah penduduk dan laju pertumbuhan penduduk tahun 2000 dan 2010 di Indonesia.

Tabel 2. Jumlah dan laju pertumbuhan penduduk Indonesia tahun 2000 dan 2010

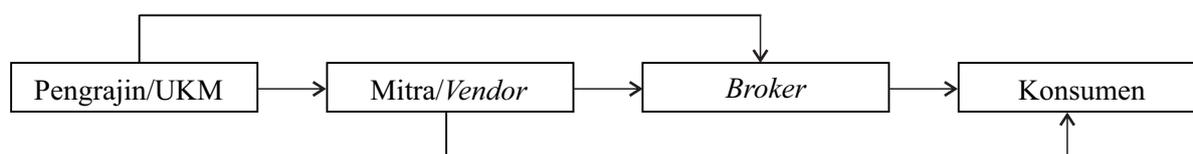
Jumlah penduduk (orang)		Laju pertumbuhan penduduk (%/thn)	
2000	2010	1990-2000	2000-2010
205.132.458	237.641.326	1,40	1,49

Sumber: Badan Pusat Statistik (2012)

3. Keragaan dan Kemampuan Pemasaran

Sebagaimana diuraikan sebelumnya, sebagian besar industri hilir karet di Indonesia selain industri ban umumnya masih berskala usaha kecil dan menengah (UKM). Produk barang jadi karet berskala UKM pada umumnya sampai ke tangan konsumen melalui tiga saluran utama yaitu melalui a) mitra, b) *broker* (pengorder) dan c) mitra dan *broker* (Gambar 1). Mitra industri para pengrajin karet umumnya merupakan perusahaan pengadaan suku cadang untuk industri elektronik dan otomotif. Jenis-jenis barang tersebut dianggap mudah dalam proses pemasarannya dan tidak terlalu memerlukan spesifikasi yang rumit.

Biasanya para pengrajin bertindak sebagai *vendor* bagi perusahaan. Kerjasama dengan perusahaan dilakukan secara informal atas dasar saling percaya tanpa adanya suatu ikatan kontrak yang formal. Harga barang jadi karet untuk suatu komponen tertentu dijual ke konsumen akhir oleh perusahaan, dikemas dengan merek terkenal, dengan harga yang lebih tinggi dari harga jual di tingkat pengrajin. Seringkali industri kecil juga beroperasi dengan mengandalkan pesanan (*captive market*), sehingga kontinuitas produksi sangat bergantung pada waktu dan jumlah pesanan (Kementerian Pertanian, 2007).



Gambar 1. Rantai pemasaran produk hilir karet dari UKM ke konsumen (Sumber: Kementerian Pertanian, 2007, diolah)

4. Kemampuan Pembiayaan

Pentingnya membangun industri barang jadi dalam rangka meningkatkan nilai tambah produk agribisnis karet Indonesia pada dasarnya sudah merupakan agenda lama. Namun, hingga saat ini upaya-upaya yang mengarah ke hal tersebut masih terkendala pada lemahnya sektor pembiayaan. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, industri barang jadi karet di Indonesia selain ban masih memiliki skala yang relatif kecil dan sebagian besar dikelola oleh rumahtangga (*home made industry*).

Para pengrajin dalam operasional usahanya berjalan secara soliter, dimana hampir tidak terjadi interaksi antar pengrajin. Pengrajin pada umumnya tidak berminat dan menganggap tidak perlu tergabung dalam asosiasi atau koperasi (Kementerian Pertanian, 2007). Dengan bentuk yang relatif kecil, organisasi yang sederhana, dan ketiadaan asosiasi yang menghimpun mereka, para pengrajin berskala UKM tersebut pada umumnya belum memiliki akses terhadap sumber modal secara formal. Kenyataan inilah yang pada akhirnya menjadi penghambat dalam upaya peningkatan kinerja industri hilir karet di Indonesia.

5. Penguasaan Teknologi Hilir

Penggunaan teknologi pada industri barang jadi karet, khususnya industri berskala UKM masih relatif sederhana, dan hanya bertumpu pada proses pencetakan dan vulkanisasi (pemasakan) secara tradisional pada bahan baku berupa kompon yang dibeli dari perusahaan pembuat kompon. Dengan demikian sejauh ini seluruh pengrajin barang jadi karet sama sekali tidak berhubungan dengan teknologi *compounding* (Balai Penelitian Teknologi Karet, 2011).

Vulkanisasi dilakukan dengan menggunakan panas yang bersumber dari kompor tradisional. Suhu untuk pemasakan dan lama waktu pemasakan didasarkan atas pengalaman yang dilakukan secara berulang-ulang sehingga didapatkan parameter suhu dan waktu pemasakan yang paling tepat. Hal

ini diamati dari mutu produk barang jadi karet yang dihasilkan secara visual (Kementerian Pertanian, 2007). Hal tersebut menjadi salah satu kelemahan dalam pengembangan industri barang jadi karet di Indonesia.

Di tengah terbatasnya penguasaan teknologi hilir karet, produk-produk unggulan berbasis teknologi kreatif muncul sebagai salah satu alternatif pengembangan industri barang jadi karet di Indonesia. Berbagai produk barang jadi karet untuk keperluan umum kini telah mampu dihasilkan oleh industri berskala usaha kecil dan menengah dengan penerapan teknologi kreatif yang sederhana, antara lain adalah: sebetret, karet busa, *flinkote*, sol sepatu, *seal/gasket*, onderdil mobil, karpet karet, *furniture*/barang peralatan rumah tangga, pernak-pernik karet, dan sebagainya.

Tabel 3. Kekuatan dan kelemahan pengembangan industri barang jadi karet Indonesia

Faktor	Kekuatan	Kelemahan
Bahan baku	Kontinuitas produksi bokar terjamin dengan kebun karet yang luas	Kualitas bokar dari kebun rakyat masih rendah
SDM	Ketersediaan SDM melimpah	-
Pemasaran	-	Akses pemasaran terbatas
Pembiayaan	-	Kemampuan dan akses pembiayaan masih rendah
Teknologi	Perkembangan teknologi kreatif berbasis UKM	Penguasaan teknologi masih rendah

Faktor Lingkungan Eksternal: Peluang dan Tantangan

1. Potensi Pasar

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang diukur berdasarkan kenaikan PDB Indonesia, konsumsi bahan olah karet domestik secara nyata menunjukkan grafik

meningkat. Kondisi ini dilatarbelakangi oleh kesadaran akan gaya hidup yang menuntut manusia pada penggunaan barang berbahan dasar elastis, tidak mudah pecah, dan ramah lingkungan. Tabel 4 menunjukkan tingkat pertumbuhan ekonomi dan konsumsi karet domestik Indonesia hingga tahun 2012.

Tabel 4. Pertumbuhan ekonomi dan konsumsi karet domestik tahun 2008-2011

Tahun	Pertumbuhan ekonomi (%)	Pertumbuhan konsumsi karet alam domestik (%)
2008	6,0	5,8
2009	4,6	2,0
2010	6,1	4,0
2011	6,5	0,7
2012*	6,2	17,6

Keterangan: * angka perkiraan

Sumber: Badan Pusat Statistik (2012)

Angka tersebut menunjukkan adanya korelasi positif antara pertumbuhan ekonomi dan tingkat konsumsi domestik karet. Pertumbuhan konsumsi domestik terjadi akibat dari kenaikan permintaan barang jadi karet yang secara umum masih didominasi oleh sektor otomotif dan elektronik.

Di tengah upaya pengembangan industri hilir, impor produk hilir karet di Indonesia juga terus mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan produk hilir

lebih cepat meningkat dibanding dengan penawarannya. Sampai dengan akhir tahun 2011, tercatat bahwa nilai impor barang jadi karet (di luar ban, *crumb*, *crepe*, dan *sheet*) di Indonesia telah mencapai US\$ 773.763.963 dengan rata-rata pertumbuhan selama lima tahun terakhir (tahun 2007-2011) sebesar 32,42% per tahun. Tabel 5 menyajikan secara rinci nilai impor berbagai jenis produk karet (*non - tyres*, *crumb*, *crepe*, dan *sheet*) pada tahun 2007-2011.

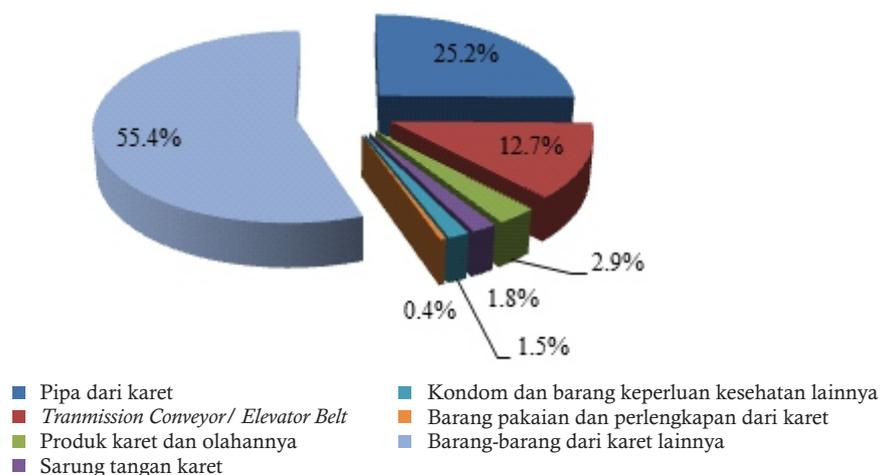
Tabel 5. Nilai impor produk karet berdasarkan jenis barang, tahun 2007-2011

Hasil industri karet non ban	Nilai impor (US\$)					Pertumbuhan (%/tahun)
	2007	2008	2009	2010	2011	
1. Pipa dari karet	80.718.178	136.704.682	108.291.974	160.905.753	179.118.933	27,12
2. Transmission conveyor/elevator Belt	41.880.516	64.305.263	54.633.294	82.486.172	92.983.093	25,55
3. Produk karet dan olahannya (PEBT)	5.324.260	12.160.242	16.567.749	23.037.942	20.533.591	48,21
4. Sarung tangan karet	4.541.324	7.311.836	9.503.707	12.540.791	13.480.604	32,61
5. Kondom dan barang keperluan kesehatan lain	4.956.443	6.657.521	6.550.788	10.345.739	11.089.389	24,46
6. Barang pakaian dan perlengkapan dari karet	1.302.485	3.083.193	1.560.010	2.685.045	2.810.477	41,03
7. Barang-barang dari karet lain	152.529.057	271.339.282	224.350.694	361.016.047	453.747.876	36,79
Total	291.252.263	501.562.019	421.458.216	653.017.489	773.763.963	32,42

Sumber: Kementerian Perindustrian (2012)

Jika beranjak dari hilirisasi karet berskala UKM, peluang pengembangan industri barang jadi karet di Indonesia dapat ditarik dari perkembangan nilai impor produk barang jadi pakaian dan perlengkapan dari karet serta barang-barang dari karet lainnya. Potensi

pasar yang masih dapat diambil oleh industri skala UKM pengolahan karet mencapai hampir 60% (Kementerian Perindustrian, 2012). Gambar 2 memperlihatkan peluang pasar yang masih dapat diambil oleh UKM pengolahan karet di dalam negeri.

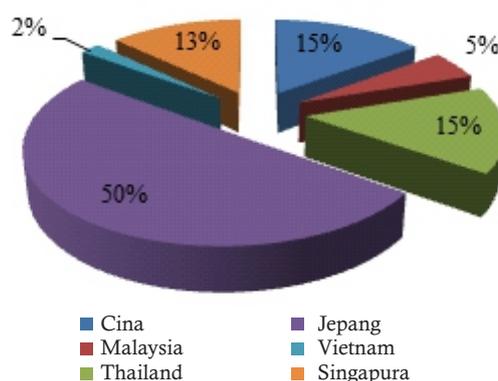


Gambar 2. Pangsa pasar berbagai jenis produk olahan karet di Indonesia. (Sumber: Kementerian Perindustrian, 2012)

2. Identifikasi Pesaing

Untuk mengurangi aktivitas impor melalui pengembangan industri barang jadi karet berbasis UKM, keputusan mengembangkan sektor hilir dihadapkan pada tantangan dari produk-produk pesaing yang keberadaannya sudah diakui bukan hanya di pasar nasional melainkan juga di pasar dunia. Untuk

mencukupi kebutuhan dalam negeri, terdapat enam pesaing industri besar sejenis dengan kekuatan pasar yang besar, yaitu China, Malaysia, Thailand, Jepang, Vietnam, dan Singapura (Kementerian Perindustrian, 2012). Untuk melihat sejauh mana kekuatan negara-negara pesaing tersebut, Gambar 3 menunjukkan proporsi impor produk pengolahan karet berdasarkan negara asalnya.



Gambar 3. Proporsi impor barang jadi karet berdasarkan negara asal tahun 2011 (Sumber: Kementerian Perindustrian, 2012)

Diantara pesaing yang ada, Jepang, Thailand, dan China secara konsisten menunjukkan dominasi dalam pasar produk barang jadi karet di Indonesia dengan pangsa pasar masing-masing sebesar 50%, 15%, dan 15%. Bahkan secara progresif, Vietnam, Singapura, dan Jepang telah menunjukkan komitmen untuk meningkatkan kinerja

industri barang jadi karet mereka di pasar Indonesia. Dalam lima tahun terakhir, rata-rata pertumbuhan impor barang jadi karet yang berasal dari ketiga negara tersebut masing-masing sebesar 68,6%, 37,9% dan 33,8%. Secara rinci, nilai impor barang jadi karet berdasarkan negara asal disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Nilai impor barang jadi karet Indonesia berdasarkan negara asal (2007-2011)

Negara asal	Nilai impor barang jadi karet Indonesia (US\$)					Pertumbuhan (%/tahun)
	2007	2008	2009	2010	2011	
Cina	53.615.565	88.362.191	82.756.040	129.068.958	152.775.454	33,2
Malaysia	19.834.429	29.380.195	27.924.266	38.880.316	52.118.344	29,1
Thailand	69.475.834	104.743.062	78.792.679	123.376.114	153.844.823	26,8
Jepang	186.211.960	343.142.089	299.204.738	369.258.873	518.833.496	33,8
Vietnam	2.904.393	5.598.542	5.844.263	10.643.902	20.757.328	68,6
Singapura	43.893.875	80.051.507	67.132.615	110.397.925	133.292.215	37,9
Total	375.936.056	651.277.586	561.654.601	781.626.088	1.031.621.660	32,7

Sumber: Kementerian Perindustrian (2012)

3. Pemasok Bahan Baku Setengah Jadi dan Penunjang

Di tengah upaya pengembangan industri barang jadi karet di Indonesia, aktivitas impor

produk pengolahan karet justru semakin meningkat, termasuk di dalamnya adalah impor bahan baku dan sarana penunjang. Tingginya harga bahan baku karet kompon,

mesin pencetak dan pengepres, serta bahan penunjang lainnya dianggap menjadi penyebab lambatnya proses percepatan pengembangan industri hilir karet. Secara umum industri hilir karet di Indonesia baik pada skala industri besar maupun UKM masih mengandalkan komponen impor sebagai bahan penunjang yang porsi nilainya jauh lebih tinggi dari kebutuhan karet alam itu sendiri.

Kementerian Perindustrian (2012) menyebutkan bahwa salah satu program utama dalam upaya mengembangkan industri barang jadi karet adalah dengan pengadaan fasilitas mesin pengolah dan pembuatan kompon karet di beberapa sentra penghasil karet. Hal ini menjadi indikasi lemahnya kemampuan industri dalam menyediakan kedua faktor produksi di atas. Faktor harga dan ketersediaan alat dan bahan penunjang tersebut menjadi kendala bagi produsen barang jadi karet, terlebih bagi UKM. Keadaan seperti ini menjadi bertambah sulit apabila industri barang jadi karet tersebut memiliki kondisi pemasaran yang masih belum lancar,

sehingga sewaktu-waktu dapat mengancam kelangsungan (eksistensi) produksi industri hilir karet di Indonesia.

4. Kebijakan Pemerintah

Di tengah lingkungan perdagangan global yang semakin kompetitif bagi industri hilir, kebijakan pemerintah saat ini dirasakan belum mampu mendukung upaya percepatan pengembangan industri barang jadi karet. Kebijakan yang ada cenderung masih didominasi pada upaya pengembangan subsistem hulu, yaitu pada upaya peningkatan kualitas dan kuantitas hasil kebun karet. Upaya-upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja industri hilir baik oleh pusat penelitian karet maupun departemen perindustrian dan perdagangan belum terorganisir dengan baik dan relatif belum mampu menstimulus tumbuh kembangnya usaha-usaha baru penghasil barang jadi karet. Masih lemahnya keberpihakan pemerintah terhadap perumusan kebijakan pengembangan industri hilir karet menjadi salah satu kendala utama yang menghambat tumbuh kembangnya industri hilir karet di Indonesia.

Tabel 7. Peluang dan tantangan pengembangan industri barang jadi karet Indonesia

Faktor	Peluang	Ancaman
Pasar	Peluang pasar dalam negeri yang masih besar	-
Pesaing	-	Dominasi pesaing
Pemasok bahan penunjang	-	Bahan dan sarana penunjang masih impor
Kebijakan pemerintah	-	Kebijakan pemerintah yang kurang mendukung

Alternatif Strategi Pengembangan Industri Barang Jadi Karet

Berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja pengembangan industri barang jadi karet sebagaimana diuraikan di atas, dapat dirumuskan keragaan SWOT (*Strengths*/Kekuatan, *Weakness*/Kelemahan, *Opportunities*/Peluang, dan *Threats*/Ancaman). Keragaan SWOT tersebut akan

menghasilkan suatu alternatif strategi yang merupakan kombinasi antara *Strengths-Opportunities* (S-O), *Weakness-Opportunities* (W-O), *Strengths-Threats* (S-T), dan *Weakness-Threats* (W-T). Tabel 8 memperlihatkan matriks SWOT yang menunjukkan alternatif strategi pengembangan industri barang jadi karet di Indonesia.

Berdasarkan matriks SWOT pada Tabel 8 maka alternatif strategi pengembangan industri barang jadi di Indonesia adalah :

Alternatif strategi pengembangan industri barang jadi karet di Indonesia

1. Strategi S-O berupa revitalisasi UKM pengolahan karet berbasis gabungan kelompok tani (gapoktan)
2. Strategi W-O berupa :
 - a) Integrasi gapoktan-pabrik karet remah dalam rangka perbaikan kualitas bokar dan pembiayaan usaha
 - b) Strategi fokus pengembangan produk unggulan yang kreatif dan inovatif berbasis teknologi sederhana
3. Strategi S-T berupa insentif fiskal yang mendorong perbaikan iklim investasi industri hilir
4. Strategi W-T berupa :
 - a) Mendorong penyertaan UKM pengolahan karet dalam pemasaran nasional dan internasional
 - b) Penguatan pembiayaan UKM pengolahan karet melalui mekanisme dana bergulir

Tabel 8. Analisis SWOT pengembangan industri barang jadi karet di Indonesia

SWOT	<i>Strengths</i> /Kekuatan	<i>Weakness</i> /Kelemahan
<p><i>Opportunity</i>/Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Potensi pasar dalam negeri masih besar 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Kontinuitas produksi bahan baku pengolahan karet <input type="checkbox"/> SDM melimpah 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Kualitas bokar rendah <input type="checkbox"/> Akses pemasaran terbatas <input type="checkbox"/> Kemampuan pembiayaan minim <input type="checkbox"/> Penguasaan teknologi masih sederhana
<p><i>Threats</i>/Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Pesaing besar <input type="checkbox"/> Bahan dan alat penunjang masih impor <input type="checkbox"/> Kebijakan dan perhatian pemerintah belum mendukung 	<p>Strategi <i>Strengths-Threats</i> (S-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Insentif fiskal yang mendorong perbaikan iklim investasi industri hilir 	<p>Strategi <i>Weakness-Threats</i> (W-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mendorong penyertaan UKM pengolahan karet dalam pemasaran nasional dan internasional <input type="checkbox"/> Penguatan pembiayaan UKM pengolahan karet melalui mekanisme dana bergulir

Keenam alternatif strategi di atas memberikan gambaran akan pentingnya pengembangan industri hilir berbasis UKM. Mengingat minimnya penguasaan teknologi dan akses terhadap pembiayaan usaha maka UKM pengolahan karet yang dimotori oleh gabungan kelompok tani menjadi sangat relevan untuk dilakukan. Fokus penciptaan produk-produk unggulan dengan teknologi sederhana namun tetap bernilai kreatif dan inovatif menjadi satu langkah awal dalam segmentasi dan pencitraan produk industri barang jadi karet di Indonesia di tengah

gempuran produk olahan karet impor yang menguasai pasar dalam negeri saat ini.

Kesimpulan

Mengembangkan industri barang jadi karet bukan satu hal yang mudah untuk dilakukan. Beberapa faktor penting yang mencakup faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal menjadi kendala yang harus dihadapi. Dari faktor lingkungan internal, Indonesia memiliki kontinuitas produksi karet yang didukung luas perkebunan karet terbesar

di dunia sebagai kekuatan, namun masih terdapat kelemahan yang meliputi kualitas boker yang rendah, akses pemasaran industri kecil barang jadi karet yang terbatas pada bidang otomotif, kemampuan pembiayaan (investasi sektor hilir) yang minim, dan penguasaan teknologi penghasil barang jadi karet yang sederhana. Sementara itu dari faktor lingkungan eksternal, Indonesia memiliki peluang terhadap potensi pasar barang jadi karet di dalam negeri yang masih besar, namun Indonesia juga dihadapkan pada pesaing-pesaing industri barang jadi karet besar dengan produk yang telah mapan di pasaran, bahan dan alat penunjang proses produksi barang jadi karet yang masih harus diimpor, dan kebijakan pemerintah yang belum mendukung pengembangan industri barang jadi karet sebagai ancaman. Kemunculan paket teknologi kreatif yang dikembangkan oleh pusat penelitian karet melalui peran BPTK dan beberapa UKM penghasil barang jadi karet yang ada harus ditangkap sebagai sinyal positif terhadap upaya pengembangan industri hilir karet di Indonesia. Berdasarkan kondisi tersebut, strategi pengembangan industri barang jadi karet yang relevan untuk dilakukan adalah dengan melakukan revitalisasi UKM pengolahan karet berbasis teknologi sederhana yang memfokuskan diri pada produk-produk unggulan yang kreatif dan inovatif.

Daftar Pustaka

- Agustina, D. S. 2011. Bercermin industri hilir Malaysia. *Majalah Hevea*, III (1).
- Badan Pusat Statistik. 2012. Survei angkatan kerja nasional (Sakernas) 2004-2012. Didownload dari <http://bps.go.id> tanggal 21 Juni 2012.
- Balai Penelitian Teknologi Karet. 2011. Mengenal lebih jauh teknologi pembuatan barang jadi karet. Balai Penelitian Teknologi Karet, Pusat Penelitian Karet, Bogor.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2012. Statistik perkebunan Indonesia: luas areal dan produksi perkebunan Indonesia menurut perusahaan. Di download dari <http://ditjenbun.deptan.go.id> tanggal 21 Juni 2012
- International Rubber Study Group. 2004. *Rubber Statistical Bulletin*, 58 (12) dan 59 (1). International Rubber Study Group, London.
- Kementerian Pertanian. 2007. Prospek dan arah pengembangan agribisnis karet. Kementerian Pertanian, Jakarta.
- Kementerian Perindustrian. 2012. Laporan kinerja sektor industri dan kinerja Kementerian Perindustrian tahun 2012. Kementerian Perindustrian, Jakarta.
- Kementerian Perindustrian. 2012. Nilai impor barang jadi karet berdasarkan negara asal. Kementerian Perindustrian, Jakarta. Didownload dari <http://kemenperin.go.id> tanggal 22 Juni 2012.
- Kementerian Perindustrian. 2012. Nilai impor produk karet berdasarkan jenis barang. Kementerian Perindustrian, Jakarta. Didownload dari <http://kemenperin.go.id> tanggal 22 Juni 2012.
- Rangga Cipta - Global Market Group. 2011. Economic and market research - sektor karet. Economic Research-BII, Jakarta.