COLLABORATION MODEL IN THE DEVELOPMENT OF THE CERAMICS INDUSTRY IN PURWAKARTA, INDONESIA

Sam'un Jaja Raharja^{1*}, Ria Arifianti², Rivani³

1,2,3 Departmen Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Padjadjaran, Indonesia E-mail: s.raharja2017@unpad.ac.id, r.arifianti@unpad.ac.id, rivani@unpad.ac.id

ABSTRACT

The ceramic industry in Purwakarta is one of the industry icons that continuously decreases competitiveness. To improve the competitiveness of the industry, collaboration between actors or institutions that have roles and functions in the development of the industry is needed. The purpose of study is to analyze the relations among actors or institutions, the factors that influence collaboration among actors and to build collaboration models in the development of ceramic industry in Purwakarta, Indonesia. This research uses descriptive qualitative method. Data collection techniques used interviews and focus group discussion. Data analysis uses interactive model using mactor analysis The results of study show that relations between actors show that the development of the ceramics industry in Purwakarta is managed independently, not collaboratively. This research suggests that the development of the Purwakarta ceramics industry needs to be done by using a collaboration model with one institution acting as a leading sector

Keywords: Ceramic Industry Development, Collaboration Model, Purwakarta

MODEL KOLABORASI DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAMIK DI PURWAKARTA INDONESIA

ABSTRAK

Industri keramik di Purwakarta adalah salah satu ikon industri yang terus menurunkan daya saing. Untuk meningkatkan daya saing industri, diperlukan kolaborasi antara aktor atau institusi yang memiliki peran dan fungsi dalam pengembangan industri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara aktor atau institusi, faktor-faktor yang mempengaruhi kolaborasi antar aktor dan untuk membangun model kolaborasi dalam pengembangan industri keramik di Purwakarta, Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan diskusi kelompok terfokus. Analisis data menggunakan model interaktif menggunakan analisis *mactor*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antar aktor dalam pengembangan industri keramik di Purwakarta dikelola secara parsial-mandiri, bukan secara kolaboratif. Penelitian ini menyarankan dalam pengembangan industri keramik Purwakarta perlu dilakukan dengan menggunakan pendekatan model kolaborasi dengan satu lembaga yang bertindak sebagai *leading sector*.

Kata kunci: Pengembangan Industri Keramik, Model Kolaborasi, Purwakarta

PENDAHULUAN

Industri keramik berorientasi ekspor di Purwakarta. merupakan sentra kerajinan unggulan bagi pemerintah dan kebanggaan masyarakat di Kabupaten Purwakarta. Sentra ini sudah ada sejak awal tahun 1900-an, telah berhasil memasarkan produknya ke pasar internasional sejak tahun 1970-an. Namun sejak tahun 2004 unit usaha industri keramik ini mulai menurun, semula 264 unit menjadi 221 unit pada tahun 2016. Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat masalah teknologi, bahan baku, serta sumberdaya manusia yang menjadi penyebab utama turunnya jumlah unit usaha tersebut (Raharja, 2017).

Walaupun demikian industri ini masih memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal ini terlihat dari banyaknya permintaan pasar ekspor yang belum dapat dipenuhi. Pada saat bersamaan banyak para pemangku kepentingan yang memiliki peran dalam pengembangan industri keramik ini. Pemerintah Pusat dan Barat berperan Provinsi Jawa dalam memberikan bantuan alat produksi dan fasilitasi pameran dengan pengaruh yang cukup kuat. Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta berperan untuk membina, memfasilitasi, serta melayani kebutuhan pengembangan bisnis industri keramik dengan pengaruh yang sangat kuat. Sementara itu agen eksportir berperan untuk akses pasar luar negeri, edukasi standar kualitas ekspor, serta kebutuhan dana dengan pengaruh sangat kuat.

Selanjutnya Perguruan Tinggi (akademik) berperan sebagai pendidik manusia, penelitian teknologi sumberdava produksi yang lebih baik, serta implementasi hasil riset untuk pengembangan usaha, terutama dalam hal teknologi produksi, pemasaran digital, desain produk, serta komunikasi bahasa Inggris dengan pengaruh yang cukup kuat. Lembaga Keuangan dan perbankan berperan untuk memfasilitasi kebutuhan jasa keuangan seperti fasilitas kredit dan lain-lain dengan pengaruh yang cukup kuat. Komunitas berperan dalam edukasi anggota, membuka pengembangan bisnis atau pasar pengaruh yang cukup kuat bila peran komunitas berjalan secara optimal. Berdasarkan uraian tentang peran para pemangku kepentingan tersebut, terlihat bahwa dalam pengembangan industri keramik ini, baik teknologi, sumberdaya, keuangan dan pemasaran diperlukan dukungan para pemangku kepentingan secara kolaboratif

TINJAUAN PUSTAKA

Makna kolaborasi ini diawali oleh Gray (1989) yang menyatakan bahwa kolaborasi terjadi ketika sebuah kelompok dari berbagai stakeholder yang terkait dengan permasalahan yang sama akan melakukan sebuah proses interaktif, menggunakan aturan, norma dan struktur yang berhubungan dengan permasalahan tersebut sehingga mencapai suatu keputusan atau tindakan yang perlu dilakukan. Kolaborasi terkait dengan berbagai pihak, mulai dari pemerintah, swasta, komunitas, masyarakat, perusahaan multinasional. Kolaborasi secara teoritis adalah kerjasama beberapa pihak untuk mengembangkan aliansi strategis(Gajda, 2004).

Peningkatan keunggulan bersaing bagi industri dengan kemitraan strategis dan kolaboratif dapat meningkatkan kapabilitas maupun pengetahuan para pelaku industri (Cummings & Holmberg, 2012). Beberapa penelitian terakhir menunjukkan industriindustri skala kecil dan menengah terlihat pentingnya kemitraan dalam proses bisnisnya (Li & Qian, 2008). Hal ini sebagaimana dikemukakan beberapa ahli, UKM biasanya menghadapi permasalahan internal dimana informasi, pengelolaan waktu dan pengalaman yang masih terbatas serta secara eksternal berupa perubahan lingkungan yang harus dihadapi UKM (Li & Qian, 2008). Pada beberapa hal, apabila kemitraan ini dilakukan di antara sektor swasta akan memberikan dorongan bagi usaha berperilaku untuk meningkatkan daya saingnya sendiri (Hahn & Pinkse, 2014). Membangun kemitraan yang fleksibel dan adaptif akan sukses dengan kemitraan dan bekerjasama yang memiliki komitmen kuat, kepercayaan antar mitra dan melakukan pertukaran informasi pengetahuan (Solesvik & Westhead, 2010).

Setiap kegiatan bisnis tidak akan terlepas dari kolaborasi dengan berbagai mitra untuk membuat bisnis lebih berkembang. Wang & Archer (2004) menyatakan kolaborasi adalah upaya yang dilakukan untuk menjalin kerjasama

dengan satu atau lebih organisasi yang bertujuan untuk membuat sebuah komitmen untuk mencapai tujuan yang sama. Sementara Wood & Gray (1991) menyatakan bahwa kolaborasi akan memberikan kontribusi untuk menyelesaikan permasalahan organisasi (Wood & Gray, 1991). Kolaborasi diperlukan karena persaingan yang semakin kompetitif dan perubahan pasar yang sangat cepat. Kolaborasi dengan pihak lain merupakan sebuah tuntutan agar kompetensi inti semakin unggul (Kumar & Banerjee, 2012). Bahkan tanpa berkolaborasi atau hanya bekerja secara mandiri sebuah visi akan sulit dicapai dilakukan (Gajda, 2004).

Beberapa penelitian tentang kolaborasi, seperti kualitas kolaborasi pada rantai pasok (Agustin & Dania, 2019), inovasi kolaborasi antar dua negara Korea Selatan dan Jerman (Ahn, Kim, & Moon, 2017), kolaborasi dan penurunan biaya dengan pembelian energi (Taurino, 2018), serta kapabilitas aliansi kolaborasi *cross-sector* (Al-tabbaa, Leach, & Khan, 2019). Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi masuk ke dalam berbagai aspek.

Kolaborasi juga memberikan peluang baru bagi bisnis yang tidak akan bisa dicapai hanya melalui inovasi internal (Ahn et al., 2017). Kemitraan dengan pihak eksternal memberikan tambahan berbagai ide yang memberi dampak positif bagi perusahaan (Dahlander & Frederiksen, 2012), peningkatan kuantitas dan kualitas perkembangan usaha (Gama & Frishammar, 2018). Kolaborasi dengan mitra yang sesuai dapat membantu perusahaan untuk saling berbagi dalam sumberdaya, pengetahuan dan kompetensi untuk meningkatkan upaya inovasi bersama (Emden, Calantone, & Droge, 2006).

Bagi UKM, kolaborasi menjadi tantangan tersendiri untuk mencapai tujuan yang sama. Tantangan berupa biaya kolaborasi yang semakin tinggi saat persaingan pasar semakin ketat, kurangnya sumber daya yang dimiliki, masalah keuangan, dan tidak diperolehnya akses untuk mengetahui teknologi informasi yang

terbaru (Choudhary, Harding, Tiwari, & Shankar, 2019).

Tantangan lainnya adalah saat mengidentifikasi peluang bisnis yang tepat dan secara bersamaan menentukan mitra yang dapat berkolaborasi yang sesuai kriteria peluang yang ada (Choudhary et al., 2019). Komitmen dari mitra usaha sangat diperlukan saat akan mengembangkan hubungan dalam kolaborasi. Hubungan yang terjalin dengan mitra semakin dalam dan dekat akan memunculkan komitmen sesuai dengan tujuan dan manfaat yang sama bagi kedua belah pihak. (Hardwick & Anderson, 2019). Selain itu, proses kolaborasi akan membawa berbagai pihak yaitu pemerintah, bisnis dan sektor non-profit bersama-sama memecahkan masalah bersama (Brown, Gong, & Jing, 2012; Purdy, 2012).

Penelitian lain mengenai kolaborasi pada UKM adalah mengenai kondisi organisasi pendukung kesuksesan yang menjadi pencapaian kolaborasi eksternal. Salah satu kondisi yang dimaksud adalah budaya adhokrasi (Martínez-costa, Jiménez-jiménez, & Dine, 2018). Budaya dalam organisasi berpengaruh keputusan perusahaan terhadap dalam melakukan kolaborasi secara efektif. Kolaborasi yang efektif bagi kelompok UKM, yaitu dengan cara mengetahui faktor-faktor dalam melakukan kolaborasi. Pnelitian ini menyebutkan beberapa faktor, yaitu perluasan pasar, peningkatan kapasitas produksi, kekuatan dalam berinovasi, dan kemampuan bersaing, dengan faktor utama yang paling berpengaruh adalah perluasan pasar (Villa & Taurino, 2017)

Apabila UKM berhasil melakukan kolaborasi, beberapa penelitian menyebutkan bahwa kolaborasi akan memberikan dukungan secara tidak langsung untuk perkembangan UKM di pasar internasional dan meningkatkan kesempatan untuk mendapatkan modal dari pihak eksternal (Sakka & Bahri, 2018). Kolaborasi juga memiliki peran yang signifikan terhadap promosi penjualan pada aktivitas ekspor UKM (Kottaridi, 2017).

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Sakka & Bahri (2018) menyebutkan bahwa

dengan kolaborasi memberikan akses bagi UKM untuk mendapatkan pendanaan. Selain itu hasil penelitian lainnya menyebutkan kolaborasi yang dilakukan UKM di Denmark dilakukan dengan mitra yang memiliki kesamaan pada tingkat teknologi dan pengetahuan (Jespersen, Rigamonti, Jensen, & Rune, 2018).

Berbagai pernyataan berikut menjelaskan dampak dan alasan bagi UKM melakukan kolaborasi. Perusahaan memiliki pilihan dalam melakukan kolaborasi dari berbagai tipe organisasi tersebut. Manfaat yang akan diterima oleh perusahaan ketika melakukan kolaborasi dengan pemasok dan pelanggannya akan memberikan dampak pada perusahaan mengembangkan pure market transactions dalam strategi jangka panjang (Haus-reve et. al., 2019). Kolaborasi dengan pelanggan akan memberikan informasi mengenai kebutuhan pelanggan termasuk akses untuk mendapatkan berbagai solusi atau informasi terbaru dari pemasok (Haus-reve et al., 2019). Kolaborasi yang dilakukan antar pemerintah dan sektor swasta ini seringkali disebut sebagai governance collaborative (Donahue 2011). Kolaborasi Zeckhauser, ini mensinergikan pemerintah dan sektor swasta untuk memperbanyak jumlah produksi dari jumlah sebelum adanya kolaborasi (Donahue & Zeckhauser, 2011). Namun pada prakteknya, suatu usaha akan mendapat tantangan tersendiri untuk menemukan perencanaan yang tepat untuk mengetahui kapan dan dimana harus melakukan kolaborasi dan tidak melakukan kolaborasi (Donahue & Zeckhauser, 2011).

Tantangan yang akan dihadapi ketika melakukan kolaborasi, yaitu kepercayaan atau kredibilitas mitra dan ide inovatif yang muncul saat berkolaborasi (Vernis, Iglesias, Sanz, & Saz-Carranza, 2006). Terdapat berbagai alasan yang dapat dipertimbangkan suatu usaha untuk melakukan kolaborasi, yaitu untuk mendapatkan keluaran yang lebih baik atau sumber daya lebih atau mendapatkan keduanya (Donahue & Zeckhauser, 2011). Semakin berkembangnya mekanisme dari kolaborasi instansi yang memberikan berbagai gambaran tentang isu kebijakan, namun belum banyak melakukan penelitiian mengenai dampaknya (Robertson & Choi, 2012). Selain itu, terdapat beberapa tipe dalam berkolaborasi, seperti kolaborasi dengan pemasok, kolaborasi dengan konsumen, kolaborasi dengan pesaing dan kolaborasi dengan institusi dan universitas (Naja, Naja, Naudé, Oghazi, & Zeynaloo, 2018).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi suatu usaha untuk melakukan kolaborasi. seperti focused philanthrophy, semiprivate and directed goods, divergent values (Donahue & Zeckhauser, 2011). Selain itu, Donahue & Zeckhauser (2011) menjelaskan terdapat empat tahapan siklus pada kolaborasi, yaitu analyze, assign, design, asses. Analyze merupakan tahapan pertama untuk menganalisis situasi dan memahami tujuan yang akan dituju. Assign merupakan tahapan kedua yang sangat kritikal karena organisasi harus memastikan perannya dalam posisi yang tepat dalam kolaborasi akan dilakukan. Design yang dilakukan untuk menugaskan setiap peran tersebut dengan tanggungjawabnya masingmasing. Asses yang berarti bahwa kolaborasi telah dilakukan sesuai dengan kinerja yang diharapkan. Siklus ini bisa saja berjalan cepat atau lambat namun dalam prosesnya tidak akan pernah berhenti selama kolaborasi tetap ada.

Kolaborasi dalam prosesnya sangat mungkin para pihak menemukan berbagai permasalahan. Donahue & Zeckhauser (2011) memberikan penjelasan bahwa terdapat tiga kategori permasalahan yang dapat muncul, yaitu errors of conception, errors of construction, dan errors of performance. Selain itu, terdapat tantangan lain yang akan dihadapi ketika melakukan kolaborasi, yaitu budaya, institusi, dan politik (Gravelle, Baird, & Green, 2008).

Penguatan Usaha Kecil Menengah, dalam hal ini adalah Industri Keramik tidak dapat hanya mengandalkan satu atau dua pihak saja, tetapi memerlukan sinergis peran dari para stakeholder terkait yang minimal terdiri dari 6 pelaku utama, yakni institusi pemerintah, universitas, industri, komunitas/asosiasi terkait, media dan lembaga keuangan atau umum disebut Pentahelix. Pola hubungan ini dikaji keselarasan perannya untuk mencapai satu tujuan bersama yang berkesinambungan dalam suatu model Kolaborasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan argumentasi bahwa proses kolaborasi melibatkan para aktor yang mewakili institusi masing-masing melalui: identifikasi aktor yang terlibat, pemahaman dan pendalaman peran masing-masing aktor, penggalian persepsi dan pendapat para aktor secara, eksplorasi relasi antar aktor serta interaksi dan kerjasama antar institusi dalam pengembangan industri keramik di Purwakarta. Merriem (dalam Cresswel, 2014) penelitian bahwa menyatakan kualitatif digunakan untuk (1) memahami makna dibalik fakta/data yang tampak (2) untuk memahami interaksi sosial (3) untuk mengembangkan teori dan (4) memastikan kebenaran data

Unit analisis dalam penelitian dengan fokus organisasi ada empat level, yaitu individual, kelompok, organsiasi, dan antar organisasi (Jones, 2001). Penelitian ini membahas kolaborasi antar organisasi, maka unit analisis penelitian ini ada pada level organisasi, yaitu organisasi atau insitusi para pemangku kepentingan pengembangan industri keramik di Purwakarta.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Beberapa teknik pengumpulan data yang diterapkan pada penelitian adalah studi pustaka dan dokumentasi serta dan diskusi pemangku kepentingan. Studi tentang peran, fungsi, tugas dokumentasi masing-masing aktor/instiusi yang diperoleh dari berbagai sumber seperti laporan dan jurnal ilmiah. Diskusi pemangku kepentingan atau Focus Group Discussion (FGD) yaitu instansi atau organisasi yang memiliki keterkaitan, fungsi dan kepedulian peran, pengembangan industri keramik purwakarta

Analisis relasi antar aktor atau institusi yang terlibat dalam pengembangan industri keramik Purwakarta, digunakan pendekatan prospective analysis dengan alat yang digunakan adalah Mactor Analysis (Fauzi, 2017).

Pemetaan hubungan antar aktor dalam kolaborasi pengembangan industri keramik purwakarta yang dianalisis dengan analisis mactor. Dalam hal ini semua aktor institusi diasumsikan memiliki tujuan dan misi yang sama yaitu bagaimana mengembangkan industri keramik Purwakarta. Dengan demikian tidak ada pengisian pertanyaan yang berkaitan dengan Matriks Aktor Obyektif (MAO). Demikian juga dalam relasi dengan instansi vertikal tidak dihitung, karena saat *FGD* instansi vertikal tidak hadir.

Dengan demikian langkah-langkah pemetaan dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

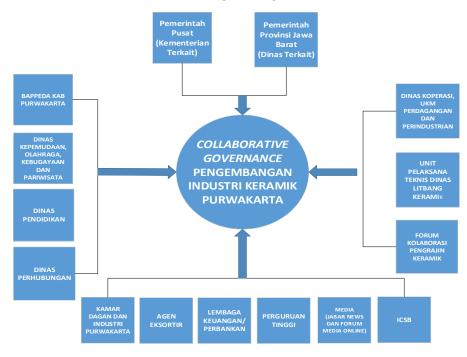
- Para aktor yang mewakili institusi mengisi daftar pertanyaan tentang relasi dengan organisasi lainnya
- Hasil pengisian daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut pada matriks MDI
- Konversi MDI ke dalam MDI total
- Pemetaan posisi antar aktor
- Pengisian tujuan dan misi pada matriks MAO
- Pemetaan relasi dengan matriks konvergensi (2CAA)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri keramik Plered Purwakarta memiliki beberapa karakteristik dalam arti nilai dan fungsi (a) Nilai sejarah. Industri keramik plered purwakarta memiliki nilai sejarah yang sangat panjang sejak puluhan tahun. Industri ini telah berkembang sejak tahun 1950-an dan telah menjadi ikon baik bagi Purwakarta, Jawa Barat maupun Indonesia (b) Nilai budaya, karena industri keramik sendiri sangat lekat dengan budaya pengrajin setempat sebagai warisan secara turun temurun dari generasi ke generasi (c) Nilai ekonomi, berkaitan dengan keberadaan industri keramik ini menjadi sumber mata pencaharian pengrajin dan penyerapan tenaga kerja

Pembinaan dan pengembangan dalam pengelolaan Industri Keramik di Plered Purwakarta saat ini dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas Penelitian dan Pengembangan (UPTD Litbang) Keramik Purwakarta. Selanjutnya organisasi yang terkait dengan aktivitas Industri keramik Purwakarta

adalah: Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi Jawa Barat, Pemerintah Kabupaten Purwakarta, Organisasi Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah Kabupaten Purwakarta, Organisasi Bisnis, Lembaga Keuangan dan Perbankan, Perguruan Tinggi, Komunitas Pelaku Industri Keramik dan Media.



Gambar 1 Daftar Institusi dalam Pengembangan Industri Keramik Purwakarta

Sumber: diolah dari Raharja dkk (2017)

Institusi sebagaimana pada gambar 1 merupakan entitas yang memiliki peran dan kepentingan dengan keberadaan Industri Keramik Plered Purwakarta dan secara langsung maupun tidak langsung memberikan pengaruh terhadap pengembangan industri tersebut. Oleh karena itu deskripsi relasi antar aktor atau institusi tersebut

merupakan faktor penting untuk memahami bagaimana sentra keramik industri di Plered Purwakarta dikelola secara kolaboratif. Dalam analisis data tentang relasi antar aktor tersebut digunakan perangkat lunak MACTOR (Metrics of Alliance Conflict Tactic Operation and Responses).

Tabel 1 Enam Komponen Utama MACTOR

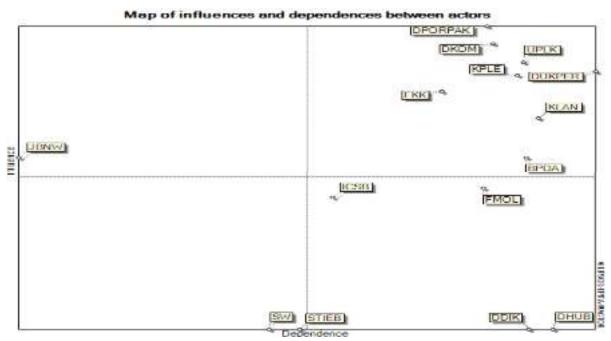
Komponen	Deskripsi Komponen
Isu	Pengelolaan Kolaboratif Sentra Industri Keramik Plered Purwakarta dengan
	Outcome Pengembangan Industri
Aktor	Institusi yang memiliki peran tugas, fungsi, dan kepentingan keberadaan
	Sentra Industri Keramik
Posisi	Preferensi atas Outcome Industri terhadap Isu
Salience	Kepentingan subyektif aktor terhadap Isu
Clout	Kekuatan Aktor untuk mempengaruhi Outcome
Influence	Kekuatan pengaruh aktor terhadap aktor lainnya dalam Isu yang dibahas

Sumber: dimodifikasi dari Fauzi (2018)

Pengaruh dan Ketergantungan Antar Aktor

Untuk memahami relasi antar aktor dilakukan dengan menganalisis aspek pengaruh dan ketergantungan antar aktor dengan menggunakan perangkat lunak *Mactor*.

Pengukuran yang dilakukan adalah kekuatan pengaruh terhadap aktor lainnya dan ketergantungan antar aktor. Hasil pemetaan diperoleh sebagai berikut :



Gambar 2 Peta Pengaruh dan Ketergantungan Antar Aktor

Sumber: Hasil Pengolahan Berdasarkan FGD, 2019

Berdasarkan pemetaan sebagaimana pada gambar 2, dapat dijelaskan sebagai berikut .

- Aktor-aktor yang memiliki pengaruh dan ketergantungan yang tinggi terletak pada kuadran I.
- Aktor-Aktor dengan Ketergantungan rendah, namun pengaruh tinggi pada kuadran II
- Aktor-aktor dengan ketegantungan tinggi, tetapi pengaruh rendah terletak pada kuadran IV
- 4) Aktor-aktor dengan ketergantungan rendah dan pengaruh rendah pada kuadran III

Berdasarkan kuadran tersebut, dapat diketahui aktor dan institusi mana saja yang

mempunyai peran penting dalam pengembangan secara kolaboratif pada Industri keramik di Purwakarta. Hampir seluruh institusi yang terlibat dalam pengembangan industri keramik berada pada kuadran I yang artinya memiliki pengaruh dan ketergantungan tinggi.

Preferensi Terhadap Sasaran (Objective) Pengembangan Industri

Untuk membahas preferensi aktor terhadap isu digunakan 2MAO. Dengan menggunakan 2MAO juga dapat diketahui posisi setiap aktor/institusi terhadap *objective* atau sasaran yang ingin dicapai dalam pengembangan dengan mencermati Tabel/Histogram 2MAO di bawah ini :

Tabel/Histogram 3 Preferensi Sasaran Berdasarkan 2MAO



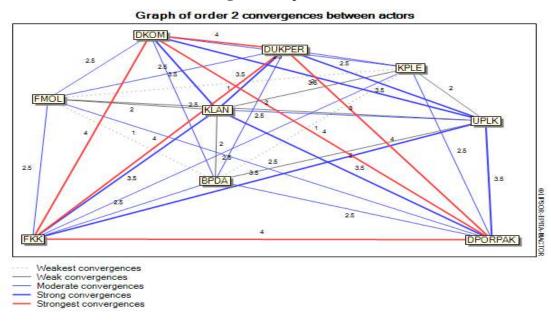
Sumber: Hasil Pengolahan Berdasarkan FGD, 2019

Berdasarkan pemetaan dengan menggunakan histogram pada tabel 3 dapat dilihat bahwa penguatan terhadap industri keramik mendapat dukungan dari semua stakeholder. Tidak ada stakeholder yang resisten dengan program tersebut.

Derajat Kesepakatan Antar Aktor (Kerjasama)

Berdasarkan objective penguatan dan pengembangan industri keramik di Purwakarta dapat dipetakan aktor atau institusi yang mempunyai peran paling penting dalam kerjasama dan menjadi lingkaran utama dalam aktivitas tersebut. Institusi ini dikelompokkan dalam kategori strongest convergence. Aktor/institusi lain masuk dalam kategori strong convergence dan moderate convergence. Tidak ada aktor atau institusi yang masuk kategori weak atau Weakest convergence. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh aktor maupun instansi memberikan dukungan dan supporting dengan derajat yang berbeda-beda. Hal ini bisa dilihat pada Grafik konvergensi antar aktor pada Grafik l

Grafik 1 Konvergensi Kesepakatan Antar Aktor

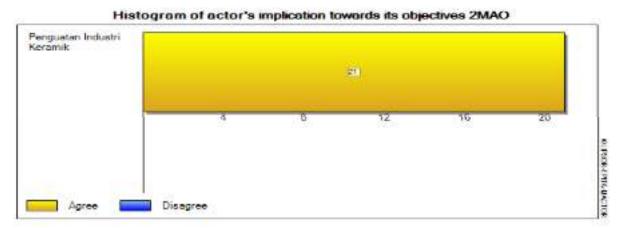


Sumber: Hasil Pengolahan Berdasarkan FGD, 2019

Aktor dan instansi vertikal baik pusat maupun daerah Provinsi Jawa Barat pada dasarnya memberikan dukungan atau support

terhadap pengembangan industri kemaik hal ini dapat dilihat pada tabel/histogram berikut;

Tabel/Historgram 4 Dukungan Aktor terhadap Sasaran 2MAO



Sumber: Hasil Pengolahan Berdasarkan FGD, 2019

Hal ini juga sejalan dengan peta konvergensi aktor/institusi sebagaimana dapat dilihat pada gambar yang menunjukkan variasi dukungan mulai dari strongest convergence sampai dengan weakest convergence

Graph of order 2 convergences between actors 25 JENV/S Weakest convergences Weak convergences Moderate convergences Strong convergences Strongest convergences

Grafik 2 Variasi Dukungan Antar Aktor Terhadap Sasaran

Sumber: Hasil Pengolahan Berdasarkan FGD, 2019

SIMPULAN

Industri keramik Plered Purwakarta memiliki beberapa karakteristik dalam arti nilai dan fungsi antara lain nilai sejarah. Industri keramik plered purwakarta memiliki nilai sejarah yang sangat panjang sejak puluhan tahun. Industri ini telah berkembang sejak tahun 1900-an dan telah menjadi ikon baik bagi Purwakarta, Jawa Barat maupun Indonesia dan nilai ekonomi. Nilai ekonomi, berkaitan dengan keberadaan industri keramik ini menjadi sumber mata pencaharian pengrajin dan penyerapan tenaga kerja

Objective penguatan dan pengembangan industri keramik di sentra industri keramik Plered Purwakarta dapat dipetakan aktor atau institusi yang mempunyai peran paling penting dalam keriasama dan menjadi lingkaran utama dalam aktivitas tersebut. Institusi kategori dikelompokkan dalam strongest convergence. Aktor/institusi lain masuk dalam kategori strong convergence dan moderate convergence. Tidak ada aktor atau institusi yang masuk kategori weak atau Weakest convergence. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh aktor maupun instansi memberikan dukungan dan supporting dengan derajat yang berbeda-beda

Untuk pengembangan lanjut industri keramik, dipandang perlu adanya perluasan keterlibatan aktor dan insitusi yang peduli dengan pengembangan dan penguatan industri keramik serta peningkatan konvergensi setiap aktor menjadi *strong* dan strongest *convergence*. Hal ini dilakukan dengan cara mengaktifkan dengan segera Forum Komunikasi yang telah dibentuk dengan *Leading Sector* Dinas Koperasi UKM Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Purwakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, W., & Dania, P. (2019). Collaboration quality assessment for sustainable supply chains: benchmarking. https://doi.org/10.1108/BIJ-03-2018-0070
- Ahn, J. M., Kim, D., & Moon, S. (2017). Determinants of innovation collaboration selection: a comparative analysis of Korea

- and Germany. *Innovation*, 9338(January), 1–21.
- https://doi.org/10.1080/14479338.2016.12 41152
- Al-tabbaa, O., Leach, D., & Khan, Z. (2019). Examining alliance management capabilities in cross-sector collaborative partnerships. *Journal of Business Research*, 101(March), 268–284. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.04.0 01
- Brown, T. L., Gong, T., & Jing, Y. (2012). Collaborative Governance in Mainland China and Hong Kong: Introductory Essay. *International Public Management Journal*, 15(4), 393–404. https://doi.org/10.1080/10967494.2012.76 1048
- Choudhary, A. K., Harding, J. A., Tiwari, M. K., & Shankar, R. (2019). The Management of Operations Knowledge management based collaboration moderator services to support SMEs in virtual organizations Knowledge management based collaboration moderator services to support. *Production Planning & Control*, 30(10–12), 951–970. https://doi.org/10.1080/09537287.2019.1582102
- Creswell, John W. (1994) Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches, California, Sage Publications.
- Cummings, J. L., & Holmberg, S. R. (2012).

 Best-fit Alliance Partners: The Use of Critical Success Factors in a Comprehensive Partner Selection Process.

 Long Range Planning, 45(2–3), 136–159. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.01.001
- Dahlander, L., & Frederiksen, L. (2012). The Core and Cosmopolitans: A Relational View of Innovation in User Communities. *Organization Science*, 23(4), 988–1007. https://doi.org/10.1287/orsc.1110.0673
- Donahue, J. D., & Zeckhauser, R. J. (2011). Collaborative Governance; Private Roles for Public Goals in Turbulent Times. New Jersey, United States: Princeton University Press.

- Emden, Z., Calantone, R. J., & Droge, C. (2006). Collaborating for new product development: Selecting the partner with maximum potential to create value. *Journal of Product Innovation Management*, 23(4), 330–341. https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2006.00205.x
- Fauzi, A. (2019). Teknik Analisis Keberlanjutan. Published by Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Gajda, R. (2004). Utilizing collaboration theory to evaluate strategic alliances. *American Journal of Evaluation*, *5*(1), 65–77.
- Gama, F., & Frishammar, J. (2018). *Idea* generation and open innovation in SMEs: When does market based collaboration pay off most? (January 2017), 1–11. https://doi.org/10.1111/caim.12274
- Gravelle, M., Baird, K., & Green, I. (2008). Collaborative Governance and Changing Federal Roles. Ottawa: Public Policy Forum.
- Hahn, T., & Pinkse, J. (2014). Private Environmental Governance Through Cross-Sector Partnerships: Tensions Between Competition and Effectiveness. Organization and Environment, 27(2), 140–160.
 - https://doi.org/10.1177/108602661453099
- Hardwick, J., & Anderson, A. R. (2019). Supplier-customer engagement for collaborative innovation using video conferencing: A study of SMEs. *Industrial Marketing Management*, (December 2016), 1–15.
 - https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019. 02.013
- Haus-reve, S., Dahl, R., & Rodríguez-pose, A. (2019). Does combining different types of collaboration always benefit firms? Collaboration, complementarity and product innovation in Norway. *Research Policy*, 48(6), 1476–1486. https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.02.00

- Jespersen, K., Rigamonti, D., Jensen, M. B., & Rune, B. (2018). Analysis of SMEs partner proximity preferences for process innovation. *Small Business Economic*, 51(4), 879–904.
- Jones, Gareth R. (2001) Organizational Theory: Text and Cases, New York, Prentice Hall International.
- Kottaridi, C. (2017). Firm competencies and exports among SMEs: the critical role of collaborations Spyros Lioukas. 11(6), 711–732.
- Kumar, G., & Banerjee, R. N. (2012). Collaboration in supply chain: An assessment of hierarchical model using partial least squares (PLS). *International Journal of Productivity and Performance Management*, 61(8), 897–918. https://doi.org/10.1108/174104012112771 47
- Li, L., & Qian, G. (2008). Partnership or self-reliance entry modes: Large and small technology-based enterprises' strategies in overseas markets. Journal International Entrepreneurship, 6(4), 188–208. https://doi.org/10.1007/s10843-008-0029-3
- Martínez-costa, M., Jiménez-jiménez, D., & Dine, H. A. (2018). The effect of organisational learning on interorganisational collaborations in innovation: an empirical study in SMEs innovation: an empirical study in SMEs. Knowledge Management Research & Practice, 00(00),1-14.https://doi.org/10.1080/14778238.2018.15 38601
- Naja, S., Naja, Z., Naudé, P., Oghazi, P., & Zeynaloo, E. (2018). How collaborative innovation networks a ff ect new product performance: Product innovation capability, process innovation capability, and absorptive capacity. *Industrial Marketing Management*, (February), 0–1. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018. 02.009
- Purdy, J. M. (2012). A Framework for Assessing Power in Collaborative Governance

- Processes. *Public Administration Review*, 72(3), 409–417. https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2011.02525.x
- Raharja, Samun Jaja R., dkk, 2017, Model Kolaborasi Dalam Penguatan Sektor Industri Keramik Berorientasi Ekspor Di Kabupaten Purwakarta, DRPMI Unpad, Jatinangor.
- Robertson, P. J., & Choi, T. (2012). Deliberation, Consensus, and Stakeholder Satisfaction: A simulation of collaborative governance. *Public Management Review*, 14(1), 83–103. https://doi.org/10.1080/14719037.2011.58 9619
- Sakka, O., & Bahri, M. (2018). External Financing, Export Intensity and Inter-Organizational Collaborations: Evidence from Canadian SMEs * by Jos. 00(00), 1–20. https://doi.org/10.1111/jsbm.12390
- Solesvik, M. Z., & Westhead, P. (2010). Partner selection for strategic alliances: Case study insights from the maritime industry. Industrial Management and Data Systems, 110(6), 841–860. https://doi.org/10.1108/02635571011055081
- Taurino, T. (2018). *Using Collaborative Management In Industrial Clusters Case Study Of Italian Energy Cluster.* 9(4), 138–149. https://doi.org/10.24425/119554
- Vernis, A., Iglesias, M., Sanz, B., & Saz-Carranza, A. (2006). *Nonprofit Organizations; Challenges and Collaboration*. New York, United States: Palgrave Macmillan.
- Villa, A., & Taurino, T. (2017). From industrial districts to SME collaboration frames. *International Journal of Production Research*, 7543, 1–9. https://doi.org/10.1080/00207543.2017.14 01244
- Wang, S., & Archer, N. (2004). Supporting collaboration in business-to-business electronic marketplaces. *Information Systems and E-Business Management*, 2(2–3), 269–286. https://doi.org/10.1007/s10257-004-0034-6

Wood, D. J., & Gray, B. (1991). Toward a Comprehensive Theory of Collaboration. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 27(2), 139–162. https://doi.org/10.1177/002188639127200 1

