

OPTIMALISASI PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM MENCAPAI KEUNGGULAN PROGRAM MKSB (Magelang Kota Sejuta Bunga)

*Eny Boedi Oerbawati¹⁾, Retno Rusdijati²⁾, Yun Arifatul Fatimah³⁾,
Oesman Raliby⁴⁾, Awaluddin Setya Aji⁵⁾, Didin Saepudin⁶⁾, Doddy Ardjono⁷⁾,
Andreas Pandiangan⁸⁾, Arizal⁹⁾, dan Agus Setyowidodo¹⁰⁾*

Dewan Riset Daerah Kota Magelang
e-mail: ddn221@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penyusunan naskah kebijakan ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan capaian program Magelang Kota Sejuta Bunga (MKSB) periode tahun 2015-2018 yang kurang optimal. MKSB merupakan slogan yang mendukung *branding* Kota Magelang. Program ini sudah dilaksanakan selama dua periode yaitu periode tahun 2012-2015 dan periode tahun 2015-2018. Hasil evaluasi dari berbagai sumber menunjukkan bahwa kualitas SDM pelaksana program MKSB dan partisipasi masyarakat dalam mendukung program tersebut masih rendah. Setelah dilakukan kajian menunjukkan bahwa 2 kendala tersebut antara lain disebabkan oleh partisipasi masyarakat yang masih rendah untuk mendukung program tersebut, sehingga masyarakat kemungkinan kurang merasa memiliki program ini yang berpengaruh terhadap kepedulian yang rendah. Oleh karena itu, ditawarkan solusi melalui Pemberdayaan masyarakat yang lebih terarah, pembentukan kluster Industri, dan pembentukan kluster bunga.

Kata Kunci: *MKSB, Evaluasi Program, Pemberdayaan Masyarakat.*

ABSTRACT

The purpose of the preparation of this policy text is to identify the factors that cause the 2015-2018 period of 2015-2018 less than optimal performance of the Magelang City of a Million Flowers (MKSB) program. MKSB is a slogan that supports the branding of Magelang City. This program has been implemented for two periods, namely the period 2012-2015 and the period 2015-2018. Evaluation results from various sources indicate that the quality of human resources for implementing the MKSB program and community participation in supporting the program is still low. After conducting a study, it was shown that the 2 obstacles were caused, among others, by the low participation of the community to support the program, so that the community might not feel they belonged to this program which had an effect on low awareness. Therefore, solutions are offered through more targeted community empowerment, the formation of industrial clusters, and the formation of flower clusters.

Keywords: *MKSB, Program Evaluation, Community Empowerment.*

A. PENDAHULUAN

Peraturan Daerah Kota Magelang Nomor 11 Tahun 2014 tentang *Branding* Kota Magelang menyatakan bahwa slogan Kota Magelang adalah Magelang Kota Sejuta Bunga yang selanjutnya dikenal sebagai MKSB. Alasan penetapan slogan tersebut dilatarbelakangi oleh sejarah Kota Magelang yang pada zaman kolonial dikenal sebagai *Tuin van Java* (kota kebun/tamannya Pulau Jawa), karena



keindahan panorama dan udara yang sejuk sehingga memberikan kenyamanan bagi siapa saja yang berkunjung. Selanjutnya dipertegas dalam pasal 12 ayat 2 Perda Nomor 11 Tahun 2014 tersebut bahwa “bunga” merupakan lambang kecantikan dan keindahan, mempunyai nilai ekonomis, dan menggambarkan sinergitas kehidupan. Jadi, dengan program MKSB ini dapat mewujudkan Kota Magelang sebagai kota yang bersih, indah, tertib, nyaman, dan sejahtera dengan bunga sebagai ikon utama.

Program MKBS tahap pertama dilaksanakan selama 4 (empat) tahun yaitu tahun 2012–2015. Tahun 2012 merupakan tahap penancangan MKSB yang dilaksanakan bertepatan dengan HUT Kota Magelang, dilanjutkan dengan tahap menata dan berhias pada tahun 2013, tahap berkesan pada tahun 2014, dan tahap menarik pada tahun 2015 yang ditandai dengan penancangan ayo ke Magelang *Visit to Magelang*. Selanjutnya MKSB tahap kedua dilaksanakan pada tahun 2014-2018 yang meliputi pembangunan fisik, ekonomi, dan sosial budaya, melalui serangkaian program yang saling berkaitan dan dilaksanakan secara berkesinambungan. Slogan MKSB ditetapkan oleh Pemda Kota Magelang sebagai salah satu komponen yang mendukung *branding* Kota Magelang, yang bertujuan untuk mempromosikan Kota Magelang sebagai daerah tujuan wisata dan bisnis serta meningkatkan citra (*image*) dan daya saing.

Namun demikian, sejak dicanangkan pada tahun 2012 sampai sekarang, slogan MKSB belum memberikan dampak yang optimal terutama bagi masyarakat. Hasil monitoring dan evaluasi Tim Program MKSB Kota Magelang Tahun 2017 menunjukkan bahwa capaian program MKSB pada aspek fisik mencapai 80%, aspek ekonomi mencapai 74%, dan aspek sosial budaya mencapai 46%. Capaian ini belum optimal, kendala-kendala yang dihadapi antara lain adalah 1) kepedulian masyarakat terhadap pengelolaan sampah masih rendah, 2) sarana dan prasarana pengelolaan sampah di masyarakat masih kurang, dan 3) lahan dan ketersediaan bibit tanaman hias terbatas untuk aspek fisik. Kendala yang dihadapi aspek ekonomi secara umum adalah 1) pelayanan prima kepada konsumen dari pelaku usaha kurang, 2) keterbatasan lahan PKL, dan 3) manajemen administrasi usaha lemah. Kendala aspek sosial budaya meliputi 1)



keterbatasan anggaran untuk meningkatkan kualitas SDM, 2) publikasi tentang pelaksanaan dan capaian program MKBS rendah, 3) inovasi masyarakat rendah, 4) kecintaan masyarakat terhadap seni budaya rendah, dan 5) keterbatasan sarana dan prasarana untuk promosi.

Rachma dan Satlita (2017) menemukan bahwa implementasi Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2014 tentang *Branding* Kota Magelang yang meliputi indikator standar dan sasaran kebijakan, sumber daya, karakteristik badan pelaksana, kecenderungan agen pelaksana, komunikasi, lingkungan ekonomi sosial, dan politik belum berjalan sesuai dengan isi perda. Hal ini dibuktikan dengan partisipasi masyarakat dalam membudidayakan tanaman hias dan bunga masih rendah, pengetahuan pekerja lapangan Dinas Kebersihan dan Tata Kota (DKPT) Kota Magelang dalam menanam dan merawat bunga kurang, sehingga *image* MKSB belum terwujud. Kendala lain adalah tanaman hias banyak yang rusak karena pengaruh musim dan tingkat pengetahuan pekerja lapangan yang rendah, dan minimnya sentra pemasaran tanaman hias dan bunga sebagai salah satu faktor penggerak ekonomi Kota Magelang.

Peneliti lain menyatakan bahwa kegiatan manajemen taman kota yang dilakukan oleh DKPT Kota Magelang dinilai sudah baik yang meliputi 1) proses perencanaan yang dilakukan dengan melibatkan banyak pihak bertujuan untuk menampung aspirasi sehingga pelaksanaan penataan taman kota dapat sesuai dengan keinginan, 2) dilaksanakan setiap hari oleh Kepala Bidang, Kepala Seksi dan Mandor dari setiap tim taman, dan 3) pengawasan dilakukan setiap hari mulai dari Kepala Bidang, Kepala Seksi hingga Mandor Tim Taman. Kendala yang dihadapi pada tahap perencanaan adalah keterbatasan anggaran sehingga seluruh aspirasi masyarakat tidak dapat terealisasi secara optimal. Kendala tahap pelaksanaan adalah keterbatasan kualitas SDM sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak dapat maksimal. Kendala yang dihadapi di luar dinas adalah partisipasi masyarakat dalam perawatan dan pemeliharaan taman-taman di sekitarnya rendah (Putri, 2016).

Hasil evaluasi dari 3 sumber di atas umumnya menunjukkan pada kualitas SDM yang rendah dalam pelaksanaan program MKSB dan partisipasi masyarakat



dalam mendukung program tersebut juga masih kurang. Sehubungan dengan hal tersebut, maka akan dikaji lebih mendalam terhadap penyebab kedua masalah yang dihadapi dan berupaya untuk memberikan solusi agar program MKSB dapat tercapai secara optimal.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah (1) apa yang diidentifikasi dan dirumuskan pada penelitian ini?; (2) bagaimana penjelasan masalah pada penelitian ini?; dan (3) apa yang digambarkan pada penjelasan masalah dalam penelitian ini?

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. penelitian ini mengidentifikasi, merumuskan dan menjelaskan permasalahan yang hendak dibahas dalam konteksnya;
2. penjelasan atas masalah harus mampu meyakinkan pembaca bahwa isu yang hendak dibahas memang memerlukan intervensi pemerintah;
3. penjelasan masalah pada bagian ini menggambarkan isunya sekarang dan masa lalu.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan dilakukan secara eksploratif. Kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, analisis data, interpretasi data, kemudian dirumuskan menjadi suatu simpulan yang mengacu pada analisis data tersebut. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi serta dianalisis secara induksi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan perkembangannya di era globalisasi ini, istilah *branding* telah mengalami perluasan penggunaan dari sekedar menaikkan reputasi produk dalam ilmu pemasaran menuju pada penggunaan objek baik event, orang, maupun tempat. Selanjutnya istilah *branding* banyak digunakan dalam proses merancang perencanaan dan menceritakan nama serta identitas dalam rangka membangun atau mengelola reputasi (Anholt, pp.4-6 dalam Kerelin And Schneider, 2009). Lebih lanjut pada sektor publik, diakui atau tidak, dengan penerapan otonomi



daerah dan semakin nyata serta meluasnya tren globalisasi saat ini, daerah pun harus saling berebut satu sama lain dalam hal:

1. Perhatian (*attention*)
2. Pengaruh (*influence*)
3. Pasar (*market*)
4. Tujuan Bisnis & Investasi (*business & investment destination*)
5. Turis (*tourist*)
6. Tempat tinggal penduduk (*residents*)
7. Orang-orang berbakat (*talents*), dan
8. Pelaksanaan kegiatan (*events*)

Sedemikian kuatnya tren globalisasi ini, *branding* kota menjadi semakin penting sebagai diferensiasi kota di seluruh dunia dalam pencitraan terutama untuk perhatian konsumen, wisatawan, Investor dan pemangku kepentingan lain yang menghasilkan uang untuk kebutuhan kota, sehingga setiap daerah kini berkompetisi untuk membangun *brand* yang kuat. *Branding* bukan sekedar slogan, tetapi merupakan identitas, symbol, logo, atau merek yang melekat kuat pada suatu daerah. Perlu dipahami bahwa *branding* suatu daerah sama sekali bukan dimaksudkan untuk menggantikan strategi pembangunan daerah. Ia hanya menjadi pelengkap. Meski begitu *city branding* ibarat *brand promise*. Ia juga janji, jadi harus ditepati. Oleh karena itu slogan sebuah kota harus menjadi mimpi bersama seluruh warganya (Rhenald Kasali, 2015).

Branding Magelang Kota Sejuta Bunga pada umumnya telah berjalan dengan baik. Namun bila dilihat dari capaian fisik (80%), program Ekonomi (74%) dan Program Sosial (46%), maka capaian program MKSB masih perlu ditingkatkan lagi. Di dalam capaian program ekonomi, masyarakat Kota Magelang belum sepenuhnya mendapat keuntungan ekonomi melalui agrobisnis tanaman hias, demikian juga program sosial budaya masih perlu peningkatan kesadaran masyarakat. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka untuk meningkatkan pencapaian *branding* Magelang Kota Sejuta Bunga diperlukan strategi dan kebijakan yakni sebagai berikut.



C.1 Pemberdayaan Masyarakat

Pembangunan wilayah memegang peranan yang penting karena merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan pada hakikatnya bersinergi terhadap pembangunan daerah dan nasional. Hal tersebut terlihat melalui banyaknya program pembangunan yang di rancang pemerintah untuk pembangunan wilayah.

Hampir seluruh instansi terutama pemerintah daerah mengkomodir pembangunan wilayah dalam program kerjanya. Tentunya berlandaskan pemahaman bahwa wilayah desa/kota sebagai kesatuan geografis terdepan yang merupakan tempat sebagian besar penduduk bermukim. Dalam struktur pemerintahan, desa/kota menempati posisi terbawah, akan tetapi justru terdepan dan langsung berada di tengah masyarakat. Karenanya dapat di pastikan apapun bentuk setiap program pembangunan dari pemerintah akan selalu bermuara ke wilayah desa/kota.

Meskipun demikian, berbagai program pembangunan pembangunan berbasis kewilayahan masih memiliki berbagai permasalahan, terutama sebagai pusat-pusat pembangunan (*Centre of excellent*). Masih minimnya prasarana sosial ekonomi serta penyebaran jumlah tenaga kerja produktif yang tidak seimbang, termasuk tingkat produktivitas, tingkat pendapatan masyarakat dan tingkat pendidikan yang relatif masih rendah.

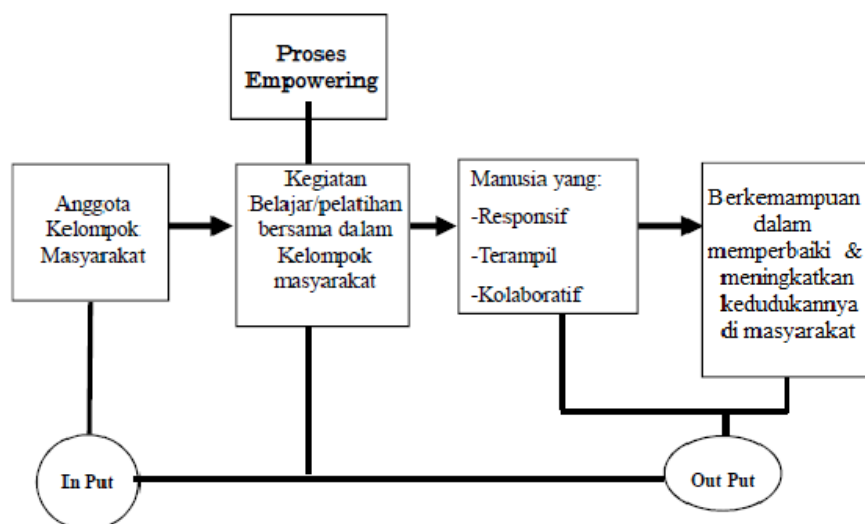
Kecenderungan masyarakat masih dianggap oleh objek/sasaran yang akan dibangun. Hubungan yang terbangun adalah pemerintah sebagai subjek/pelaku pembangunan dan masyarakat sebagai objek/sasaran pembangunan partisipasi yang ada masih sebatas pemanfaatan hasil (Kartasasmita, 1996:144). Tingkat partisipasi dalam pembangunan masih terbatas, misalnya masih sebatas peran serta fisik tanpa berperan secara luas sejak perencanaan sampai evaluasi.

Pemerintah berperan dominan sejak dari perencanaan hingga pelaksanaan program atau proyek pembangunan. Sebagaimana telah di atur dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan desa di susun perencanaan pembangunan desa sebagai satu kesatuan dalam sistem perencanaan pembangunan daerah kabupaten/kota. Pasal 63 Ayat (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa Walaupun sesungguhnya program tersebut

sudah lama dilaksanakan dan cukup dikenal luas di desa, namun masyarakat selalu di anggap kurang mampu, sehingga bimbingan dan arahan dari pemerintah begitu kuat pengaruhnya dan merasuk (internalisasi) dalam masyarakat.

Pembangunan secara konseptual mengandung makna proses dimana usaha dari masyarakat dapat terpadu dengan usaha-usaha dari pemerintah. Tujuannya untuk memperbaiki kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat. Sehingga dalam konteks pembangunan, paling tidak terdapat dua stakeholder yang berperan utama dan sejajar (*equal*) yaitu pemerintah dan masyarakat (Korten, 1988:378).

Berdasarkan analisis situasi yg ada pelaksanaan perencanaan pembangunan yang tidak tepat sasaran, terlaksana dengan baik dan tidak dapat di manfaatkan hasilnya, karena pembangunan tersebut benar-benar tidak memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal itu di mungkinkan terjadi, khususnya dalam pembangunan masyarakat jika masyarakat tidak di libatkan mulai dari proses penyusunan rencana di mulai dari perumusan masalah, penggalian potensi. Sehingga dalam pemberdayaan masyarakat berarti membahas mengenai suatu proses yang membangun manusia atau masyarakat melalui pengembangan kemampuan masyarakat, perubahan prilaku manusia dan pengorganisasi masyarakat. Pemberdayaan masyarakat meliputi, pembinaan pembangunan, bidang perekonomian, produksi, distribusi dan lingkungan hidup.



Gambar 1. Model Proses Pemberdayaan



Pemberdayaan masyarakat (sesuai dengan pasal 24 Perda No. 11 Tahun 2014). Pasal tersebut menyatakan bahwa:

- a. Branding Daerah dan pelaksanaan pembangunannya melibatkan partisipasi masyarakat, swasta, lembaga/badan hukum, dan/atau perseorangan.
- b. Partisipasi masyarakat, sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian.

Partisipasi masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat dilakukan berupa:

- 1) Kontribusi pemikiran;
 - 2) Publikasi Brand Daerah;
 - 3) Pembiayaan maupun tenaga fisik untuk pelaksanaan pembangunan Magelang Kota Sejuta Bunga.
- c. Tujuan Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat
 1. Meningkatkan kemandirian masyarakat melalui penguatan kapasitas yang dimilikinya;
 2. Menumbuhkan sifat inovatif, kreatif di kalangan masyarakat Kota Magelang sehingga lebih berdaya saing;
 3. Meningkatkan kemampuan dan ketrampilan mengidentifikasi dan mengelola potensi lingkungan yang berkualitas bagi peningkatan usaha yang menunjang perekonomian;
 4. Meningkatkan kemampuan dan ketrampilan mengelola potensi diri sehingga berguna bagi menunjang ketahanan keluarga, ketahanan masyarakat dan pencitraan;
 5. Memperkuat kelembagaan (misalnya, Bank sampah, KRPL, dan lain-lain) yang mampu memfasilitasi dan mendayagunakan potensi masyarakat kota;
 6. Memfasilitasi masyarakat kota dalam hal melakukan pola kemitraan dengan dunia usaha (jejaring bisnis).



d. Bentuk Kegiatan

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia melalui kegiatan pelatihan, pendampingan, bimbingan teknis, fasilitasi teknologi, sehingga terbentuk jiwa mandiri (sikap kreatif - inovatif);
2. Penguatan Kelembagaan (sebagai pengelola Program: Bank sampah, kampung organic, KRPL);
3. Pendampingan melalui program pengembangan model kemitraan antara unit-unit usaha masyarakat (Supporting system) dengan DUDI (Supplier, distributor).

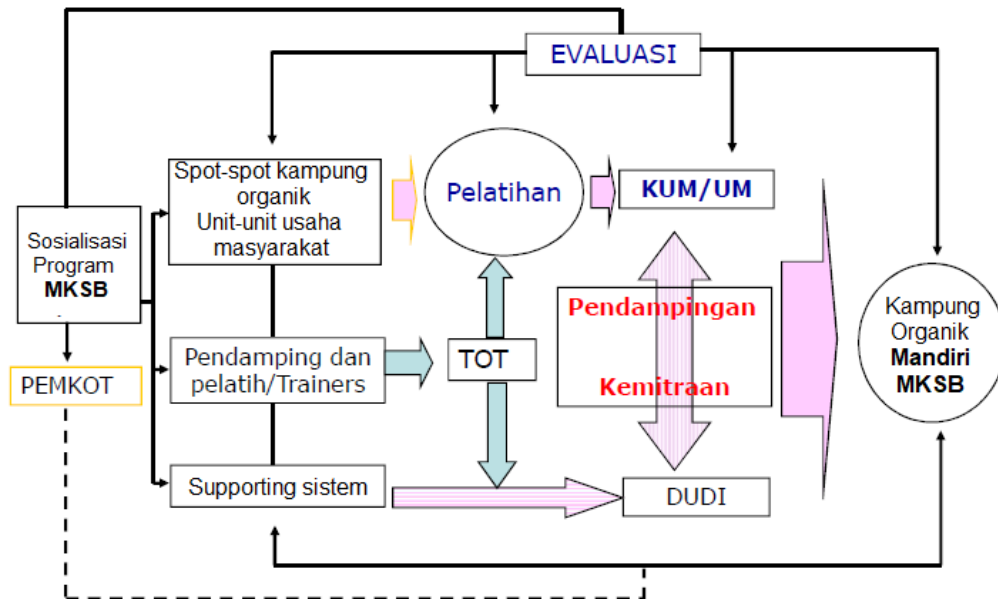
e. Strategi Pelaksanaan

1. Pendampingan / Advokasi, meliputi;
 - a) Fasilitasi Program
 - b) Optimalisasi peran serta masyarakat dan penguatan serta pemeranan Lembaga masyarakat
 - c) Kerjasama dengan Lembaga professional, Perguruan Tinggi, LSM/NGO
 - d) Jejaring bisnis dengan DUDI
2. Pilot Model (Penembangan Pilot Project)
Melalui Pengembangan model kemitraan, antara kelompok-kelompok usaha masyarakat dengan DUDI.

f. Peran *Actor Empowerment*

1. Menumbuhkan kebutuhan di kalangan masyarakat terhadap sebuah kebutuhan;
2. Membangun hubungan dan pertukaran informasi;
3. Mendiagnosis masyarakat;
4. Menumbuhkan sebuah keinginan kuat di kalangan masyarakat untuk berubah;
5. Menterjemahkan keinginan kuat untuk berubah menjadi tindakan nyata;
6. Menstabilkan proses pengambilan gagasan baru dan mencegah keterpurukan budaya dan proses inovasi.

g. Mekanisme Kegiatan



Gambar 2. Mekanisme Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat

C.2 Pembentukan Kluster Industri

Konsekuensi logis terhadap hadirnya globalisasi dan otonomi daerah, salah satunya adalah meningkatnya persaingan yang tak terbendung, tidak saja di tingkat international atau nasional tetapi juga mencapai tingkat terendah di regional. Sehingga setiap daerah dituntut untuk lebih meningkatkan potensi-potensi yang dimilikinya dalam rangka peningkatan perekonomian dan daya saing daerah tersebut. Setiap daerah tertantang untuk membranded daerahnya dengan menggali potensi-potensi uniknya sehingga memiliki deferensiasi dan karenanya memiliki energi sentry-fugal bagi wisatawan dan investor. Belajar dari pengalaman keberhasilan kluster dalam mengembangkan sector industry di beberapa daerahbahkan di beberapa negara membuktikan bahwa kluster dinilai cukup efektif karena bersifat lokalitas, mampu mendorong terciptanya inovasi, serta sinergitas diantara pelaku-pelaku terkait. Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan adopsi mengenai strategi pengembangan kawasan berbasis kluster guna mendukung akselerasi peningkatan daya saing daerah terhadap Branding MKSB.



Kluster dalam makna yang sesungguhnya adalah konsentrasi geografis berbagai kegiatan di kawasan tertentu yang satu sama lain saling melengkapi, saling bergantung, dan saling bersaing dalam melakukan aktivitas bisnis. Perusahaan atau industri yang terdapat dalam kluster memiliki persamaan kebutuhan akan tenaga kerja, teknologi, dan infrastruktur. Sedangkan kluster industri adalah kluster yang dikembangkan berbasis industri. Pengertian industri di sini adalah industri dalam pengertian luas, seperti industri berbasis pertanian, industri kerajinan, industri pengolahan, industri teknologi dan informasi, dan lain-lain.

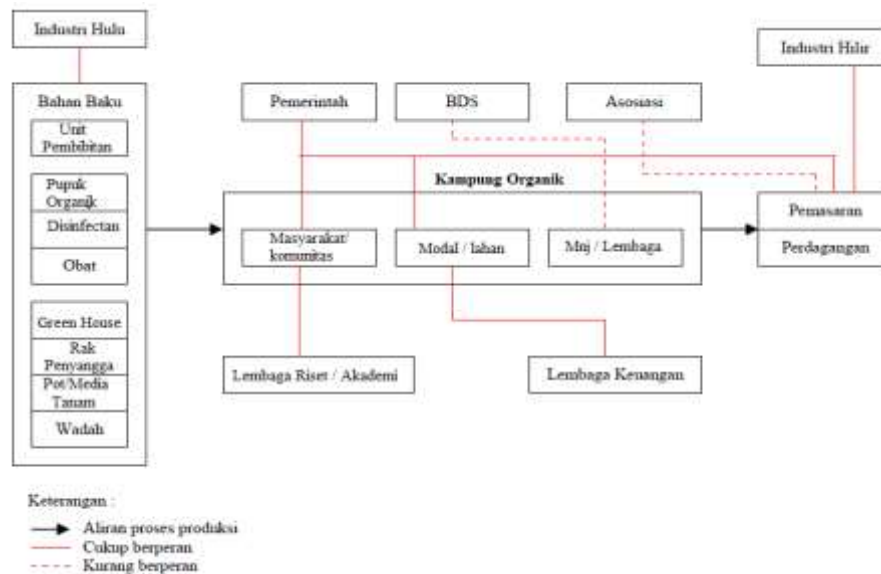
Kluster bersifat dinamis yang dapat berubah seiring perubahan yang ada di dalamnya atau karena perubahan kondisi eksternal. Dalam perkembangannya, suatu kluster harus terdapat kerja sama dan peran dari pemerintah, LSM, lembaga pendidikan dan pelatihan, lembaga riset dan pengembangan, lembaga keuangan, serta asosiasi usaha.

C.2.1 Pendekatan Kluster dalam Pencapaian MKSB

Peningkatan daya saing pada intinya adalah pengembangan wilayah secara terencana. Pendekatan kluster secara signifikan mampu meningkatkan ekonomi daerah. Kluster dapat berfungsi sebagai inkubator inovasi, karena kluster mengandung unsur-unsur yang dapat mewujudkan suatu ide dan gagasan menjadi sebuah produk baru. Pengembangan kluster menawarkan cara yang lebih efektif dan efisien dalam membranding wilayah secara lebih mantap, dan mempercepat pembangunan ekonomi nasional secara keseluruhan. Kluster mampu meningkatkan hubungan antar berbagai komponen dan lembaga yang terlibat di dalam kluster tersebut.

Menurut Rosenfeld (1997), keberhasilan suatu kluster ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu (1) spesialisasi, (2) kapasitas penelitian dan pengembangan, (3) pengetahuan dan keterampilan, (4) pengembangan sumber daya manusia, (5) jaringan kerjasama dan modal sosial, (6) kedekatan dengan pemasok, (7) ketersediaan modal, (8) jiwa kewirausahaan, serta (9) kepemimpinan dan visi bersama.

Konsep kluster yang diadopsikan dalam konteks MKSB merupakan ‘jaringan’ dari sehimpunan elemen yang saling terkait (Core bisnis) yang menjadi “focus perhatian”, pemasok/supplier, *supporting system*, komponen terkait, institusi pengembangan (penghasil pengetahuan atau teknologi), institusi yang menjembatani (Bridging institution, seperti konsultan), serta pembeli, yang dihubungkan satu dengan lainnya dalam rantai proses peningkatan nilai (*Value adding*). Lebih sederhananya dapat dikatakan sebagai kelompok usaha spesifik yang dihubungkan oleh jaringan mata rantai proses penciptaan/peningkatan nilai tambah, baik melalui hubungan bisnis maupun non bisnis. Selanjutnya dapat diilustrasikan dalam diagram berikut:



Gambar 3. Strategi dan Rencana Tindak

Strategi penguatan terhadap capaian MKSB diarahkan dengan memperbaiki kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi prioritas digunakan untuk efisiensi langkah yang ditempuh, dengan cara memperbaiki permasalahan yang terkait dengan banyak hal, yaitu :

a. Penguatan *opportunity* masyarakat

Dorongan yang kuat terhadap tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap program MKSB adalah menghadirkan nilai kebermanfaatannya sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain MKSB menjadi branding Kota Magelang, tetapi



program ini perlu didesain agar memberikan dampak secara ekonomi terhadap masyarakat. Yaitu dengan menumbuhkan elemen-elemen terkait untuk saling berinteraksi dan membangun jejaring dalam dalam konteks agrobisnis yang diwadahi dalam bentuk kluster.

b. Penguatan kerja sama

Pengembangan kluster industri yang berhasil memerlukan sinergitas di semua pihak. Untuk itu, diperlukan kesepahaman dan visi bersama antar pelaku, salah satunya melalui pembentukan Unit Kerjasama Kluster, yaitu institusi yang khusus mengelola kluster Kampung Organik. Anggotanya terdiri atas perwakilan dari bisnis penyedia bibit, composting dan obat-obatan dan industri terkait dengan agrobisnis di hulu dan hilir, seperti di sarana-sarana pendukung, teknologi, serta perwakilan dari pemerintah, lembaga pendidikan dan pelatihan, lembaga keuangan, asosiasi usaha, serta lembaga bantuan pengembangan bisnis. Fungsinya adalah sebagai koordinator, pengambil keputusan, wadah informasi, serta fasilitator.

c. Penguatan pasar

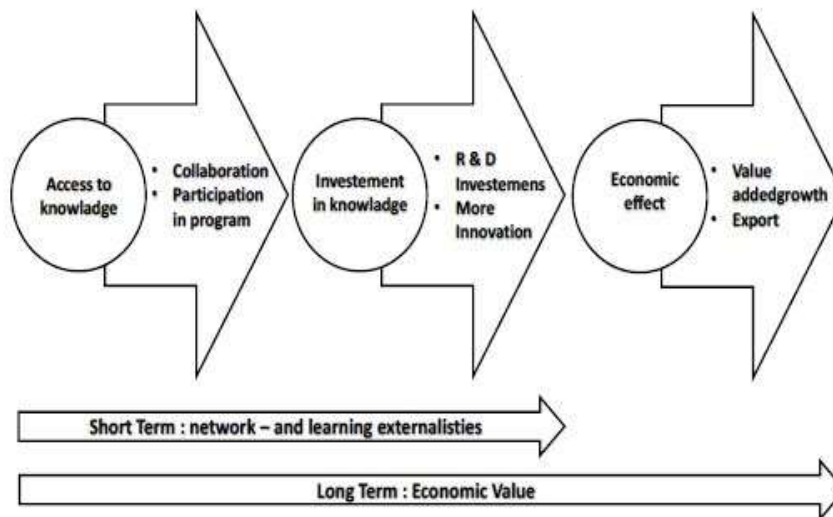
Penanganan pemasaran menjadi prioritas karena jika produk mempunyai pasar yang jelas, maka akan terjadi kontinuitas proses produksi. Dengan begitu, usaha akan berkembang, permasalahan keuangan dapat teratasi, dan kesejahteraan tenaga kerja dapat meningkat.

d. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia sangat penting bagi pengembangan kluster karena manusia merupakan penggerak, pemberi keputusan dan pelaku dari setiap kegiatan. Usaha akan berkembang dengan baik jika pelaku tersebut memiliki motivasi, serta memiliki pendidikan dan pengetahuan akan manajemen usaha dan teknologi.

e. Penciptaan iklim usaha yang kondusif

Penciptaan iklim usaha yang kondusif diperlukan untuk mewujudkan kluster yang efisien, dinamis, berdaya saing, serta dapat menarik investor yang dapat membantu masalah permodalan yang banyak dihadapi oleh masyarakat pegiat kampung organik.



Gambar 4. Elemen Kluster Industri

Beberapa elemen dari kluster industri adalah sebagai berikut:

1) Industri Inti

Industri inti merupakan *Core bussinesss* yang fokus perhatian atau tematik dan biasanya dijadikan titik masuk kajian; (masyarakat sebagai pelaku utama) Industri yang maju (dicirikan dengan adanya inovasi), (perlu regulasi /perwal tentang kewajiban menanam dan atau pengadaan spot-spot taman dilingkungan masing-masing).

2) Industri Pemasok

Industri yang memasok dengan produk khusus; Pemasok yang khusus (spesialis) merupakan pendukung kemajuan klaster industri. Yang dipasok antara lain adalah: bahan tambahan; bahan baku utama; aksesoris (perlu didorong tumbuhnya industry pemasok).

3) Pembeli

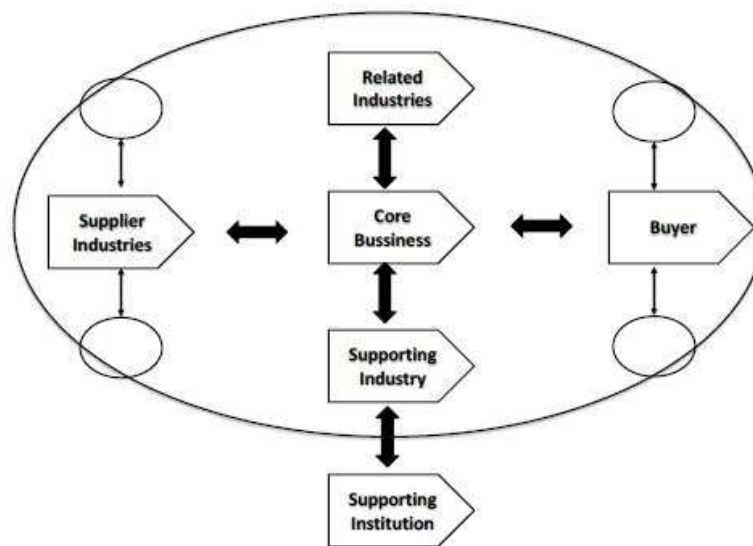
Dapat berupa distributor atau pemakai langsung; Pembeli yang sangat “penuntut” merupakan pemacu kemajuan kluster industri. Pembeli antara lain terdiri dari: pengecer, distributor, pemakai langsung.

4) Industri Pendukung

Meliputi industri jasa dan barang, termasuk layanan pembiayaan (Bank, Modal Ventura). Industri pendukung ini antara lain terdiri atas : Pembiayaan

(Bank, Modal Ventura, Jasa (Angkutan, Bisnis Distribusi, Konsultan Bisnis), Infrastruktur (Jalan Raya, Telekomunikasi, Listrik), Peralatan (Permesinan, Alat Bantu), Pengemasan, Pembiayaan (Bank, Modal Ventura), Penyedia Jasa Pengembangan Bisnis (Business Development Services Provider/BDSP).

C.3 Pembentukan Kluster Bunga



Gambar 5. Elemen Pembentukan Kluster Bunga

Kluster Bunga merupakan bentuk fisik dari jejaring pegiat kota sejuta bunga yang merupakan wahana untuk membangun keterkaitan-jejaring dan kemitraan antar aktor (stakeholder), serta mendinamisasikan aliran pengetahuan, inovasi, difusi, dan pembelajaran sebagai inisiatif strategis penguatan perwujudan kota sejuta bunga.

1. Industri, adalah kelompok pelaku ekonomi yang melakukan proses pengolahan barang menjadi produk atau jasa bernilai tinggi. Dalam kluster industri, ada yang berperan atau menjadi sebagai industri inti, pemasok, pengguna (pembeli), terkait dan penunjang. **Demikian juga dalam Program MKSB.**



2. Lembaga Riset adalah lembaga yang melakukan kegiatan menurut kaidah dan metode ilmiah secara sistematis untuk memperoleh informasi, data, dan keterangan yang berkaitan dengan pemahaman dan pembuktian kebenaran atau ketidakbenaran suatu asumsi dan/atau hipotesis di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta menarik simpulan ilmiah bagi keperluan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. **Dalam MKSB berperan sebagai *Supporting Institution*.**
3. Asosiasi Profesi dan Industri adalah sekumpulan orang atau industri dengan profesi, keahlian, kompetensi atau profesi yang sama. **Dalam MKSB berperan sebagai *Supporting Industry*.**
4. Kelompok Keahlian Sektoral adalah kelompok/kumpulan lembaga/orang yang mempunyai keahlian di bidang tertentu., **Dalam MKSB berperan sebagai *supplier, distributor, pemasaran, dan lain-lain*.**
5. Pemerintah (pusat dan daerah) adalah Lembaga kementerian, Non-Kementerian, Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota atau Provinsi. **Dalam MKSB berperan sebagai *Supporting Institution*.**
6. Lembaga Pembiayaan adalah Lembaga keuangan bank dan non bank, pemberi grants / hibah, bantuan, ventura, dan lembaga pembiayaan lainnya. **Dalam MKSB berperan sebagai *Supporting Institution*.**
7. *Innovation Tools* adalah alat (kebijakan) inovasi yang diterapkan oleh lembaga atau badan untuk memperkuat sistem inovasi. **Dalam MKSB berperan sebagai *Related Industries*.**

C.4 Komitmen Peran Pemerintah Daerah

Dalam pelaksanaan MKSB ini melibatkan banyak OPD dalam menangani kebijakan pelaksanaan *city branding* Magelang Kota Sejuta Bunga maka diharapkan koordinasi untuk dapat membangun sistem yang harmonis dalam pelaksanaan program ini diperlukan Komitmen Pemerintah Kota Magelang dalam pelaksanaan *branding* sejuta bunga dengan meningkatkan potensi masyarakat.



D. SIMPULAN DAN SARAN

Tujuan akhir dari adanya *city branding* Magelang Kota Sejuta Bunga salah satunya adalah untuk mensejahterakan masyarakat. Dengan adanya kegiatan agribisnis yang berkembang diharapkan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat. Tetapi belum adanya tempat pemasaran hasil merupakan salah satu faktor yang menyebabkan belum berhasilnya program agribisnis ini. Maka diperlukan upaya yang sangat keras dari Pemerintah Kota untuk menekankan pentingnya atau bagaimana caranya masyarakat sadar akan pentingnya mengembangkan agribisnis. Dampak dari agribisnis bisa sangat bagus apabila strategi diterapkan dengan baik.

Partisipasi masyarakat juga akan meningkat seiring dengan perkembangan kegiatan yang ada dengan penyediaan tanaman bunga dan hias yang bisa dilakukan oleh masyarakat pada level rumah tangga. Dengan adanya partisipasi masyarakat yang meningkat otomatis peningkatan pemberdayaan masyarakat juga akan meningkat dalam upaya pembangunan yang dilaksanakan di Kota Magelang.

Diperlukan peningkatan pengadaan infrastruktur berupa sarana dan prasarana para petani untuk berjualan dan juga peningkatan partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan agribisnis tanaman hias ini.

Pemerintah Daerah melalui Dinas Lingkungan Hidup perlu memfasilitasi dalam peningkatan pemberdayaan masyarakat melalui lomba bank sampah, lomba kampung organik, lomba memungut sampah serta adanya pelatihan kerajinan daur ulang sampah.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Agar di lakukan sinergisitas antara institusi pemerintah dengan masyarakat dalam bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat (sesuai dengan pasal 24 Perda No. 11 Tahun 2014). Hal ini tidak hanya sebagai bentuk peran aktif masyarakat dalam kegiatan pembangunan, namun juga sebagai bentuk penyerapan dan penyebaran informasi baik secara internal maupun eksternal di lingkungan masyarakat.
2. Melakukan pembentukan Kluster Industri di masyarakat melalui pendampingan dari OPD terkait serta melakukan beberpa penekanan dalam



mendorong masyarakat di bidang industri bunga. Adapun langkah yang dilakukan yaitu melalui penguatan *opportunity* masyarakat, penguatan kerjasama, penguatan pasar, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penciptaan iklim usaha yang kondusif, industri inti, industri pemasok, pembeli, industri pendukung.

3. Pembentukan Kluster Bunga di beberapa kawasan, sehingga secara bentuk fisik dapat menampilkan hasil budi daya masyarakat serta kemampuan masyarakat dalam mengembangkan tanaman atau bunga. Serta menguatkan jejaring antara pegiat bunga di kota dan wilayah Jawa Tengah. Kluster bunga juga merupakan wahana untuk membangun keterkaitan-jejaring dan kemitraan antar aktor (*stakeholder*) di beberapa institusi yang mengembangkan dan yang meneliti tanaman dan bunga, seperti dengan industri, lembaga riset, asosiasi profesi, kelompok keahlian sektoral, pemerintah (pusat dan daerah), lembaga pembiayaan dan innovation tools serta komitmen peran pemerintah daerah. Serta mendinamisasikan aliran pengetahuan, inovasi, difusi, dan pembelajaran sebagai inisiatif strategis penguatan perwujudan kota sejuta bunga.
4. Dalam membangun sistem yang harmonis terkait program dan kegiatan di pemerintah daerah yang melibatkan masyarakat, maka komitmen Peran Pemerintah Daerah serta koordinasi yang harmonis sangat diperlukan dalam upaya meningkatkan potensi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anholt, S. 2005. Anholt Nation Brands Index: How does the world see America?. *Journal. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 16 No. 1 November 2014| administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id 6 of Advertising Research, September.
- Kartasasmita, Ginanjar. 1996. *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo.
- Kasali, Rhenald. 2015. *Camera Branding*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Korten, D.C. dan Syahrir (ed). 1988. *Pembangunan Berdimensi Kerakyatan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.



Putri, Desarta Purnaning. 2016. Manajemen Taman Kota dalam Mewujudkan Magelang Kota Sejuta Bunga. *Jurnal*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

Rachma, Deniari dan Lena Satlita. 2017. Implementasi Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2014 tentang *Branding* Kota Magelang. *Jurnal*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

Rosenfeld, Stuart A. 1997. *Bringing Business Clusters Into The Mainstream of Economic Development*, European Planning Studies, Vol. 5 Issus.