Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesiapan Pelaku Usaha Dalam Mengintegrasikan Konsep Revolusi Industri 4.0
Studi Kasus pada Industri Tekstil (Tenun, Bordir dan Batik)

*Mamik Indaryani ** Dina Lusianti
*Mamik Indaryani, Universitas Muria Kudus, HP No 08122812899;
email : mamik.indaryani@umk.ac.id.
**Dina Lusianti, Universitas Muria Kudus, HP No. 081229280055;
email : dina.lusianti@umk.ac.id

Abstract

The industrial revolution 4.0 has a significant impact on developing countries that have indutries in their infancy. The diversity of these scales makes the industry unable to adapt changes at the same sped. Although business are still able to survive because have benefit from the potential of the domestic market, the proportion is relatively greater than global market. The pattern of th labor market will change in such a way with high qualification requirements, technological cpabilitis, creativity and innovation that are integrated into new jobs. These requirements will be only obtained in individuals who have the spirit and skill of a qualified entrepreneur. Besides human capital can be developed social capital, economic capital and cultural capital. Entrepreneurship can be releated from the perspective of value and views of life, psychological conditions, business environment, organization or institutions and goverment policies. The approach used is qualitative descriptive. Used uncover reality of response made by business people to face the industrial revolution 4.0. Thank you to DPRM Ristek Dikti for providing PTUPT research funding.

Keywords : industrial, revolution, entrepreneur, textile

Pendahuluan

Revolusi industri 4.0 sangat dirasakan dampaknya bagi negara berkembang seperti Indonesia, yang memiliki industri sedang dalam masa pertumbuhan. Industri Indonesia juga beroperasi dalam skala yang beragam, mulai yang mikro, kecil, sedang dan besar. Keberagaman skala ini menjadikan industri tidak dapat mengadaptasi perubahan dengan kecepatan yang sama. Walaupun demikian usaha di Indonesia masih mampu bertahan hidup karena diuntungkan dengan potensi pasar domestik yang proporsinya relatif lebih besar dibanding pasar produk globalnya. Minimal industri yang diminati dan memiliki pangsa untuk pasar domestik masih dapat beroperasi secara optimal.

Industri Indonesia, dengan komposisi industri besar dan menengah sebanyak 147.020.000 industri menengah dan sejumlah 6.8800.000 industri mikro dan kecil tidak seluruhnya dapat mengadaptasi penggunaan teknologi tinggi dan berbasis internet seperti yang dituntut dalam era revolusi industri 4.0. internet menjadi basis semua aktivitas. Hal ini disebabkan karena karakteristik industri yang menyangkut jenis produk yang dihasilkan, kesiapan teknologi yang sesuai dan basis internet yang belum integrated dengan proses bisnis serta produksinya. Indonesia memiliki industri skala UMKM (UU RI No 20 tahun 2008), berbasis masyarakat yang memiliki karakter industri dengan teknologi sederhana. Modernisasi secara terus menerus telah menjadi ancaman tersendiri bagi pelaku usaha di Indonesia.Sehingga modernisasi juga merupakan suatu fenomena sosial budaya bagi masyarakat industri, bukan hanya sekedar teknologi (Ahimsa, 2003).

Untuk beberapa saat kondisi ini masih dapat bertahan, tetapi tidak untuk selamanya. Dampak ketidak mampuan untuk mengadaptasi terhadap perubahan sebagai dampak revolusi industri yang paling dekat adalah meningkatnya jumlah pengangguran usia produktif disebabkan tidak memiliki ketrampilan yang sesuai dengan persyaratan pasar kerja industri di era revolusi industri 4.0. Pola pasar kerja akan berubah sedemikian rupa dengan persyaratan kualifikasi yang tinggi, kemampuan teknologi, kreativitas dan inovasi yang terintegrasi dalam pekerjaan baru. Persyaratan tersebut hanya akan diperoleh dalam individu yang memiliki spirit dan *skill entrepreuneur* yang mumpuni.

Tantangan pada sumber daya mausia sebagai pelaku UMKM era sekarang dimana telah masuk dalam arena digital, perlu upaya mengembangkan usahanya ke arah industri kreatif digital agar dapat bertahan (Gunanta dan Hadian, 2019). Upaya tersebut dapat memberikan gambaran sejauh mana penerapan ecommerce yang telah dilakukan selama ini oleh para pelaku UMKM

Kemampuan mengintegrasikan tuntutan perubahan, manajemen, teknologi dalam spirit pelaku secara harmonis merupakan keniscayaan dalam bisnis dan industri secara kongkrit. Aktivitas phisik akan mewujud dalam bentuk visualisasi dengan peran teknologi sedemikian rupa. Sejauh ini pelaku bisnis yang bertahan adalah entrepreuneur dengan kapasitas alamiah yang tidak perlu diragukan. Kewirausahaan dan kemajuannya di Indonesia dapat di pahami dari perspektif nilai-nilai dan pandangan hidup, kondisi psikologis, lingkungan usaha, organisasi atau kelembagaannya serta kebijakan pemerintah. Nilai-nilai dan pandangan hidup pelaku usaha memberikan corak wirausaha yang dipraktekan. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Max Weber tentang hubungan etika Kristen-Protestan dengan semangat kapitalisme masyarakat Amerika Serikat. Nilai-nilai dan pandangan hidup yang bersumber dari "agama". Agama adalah sistem budaya yang salah satu unsur pokoknya adalah pandangan hidup (Ahimsa, 2003). Selanjutnya wirausahawan memiliki kondisi psikologis lebih baik khususnya tentang kebutuhan berprestasi dibanding masyarakat kebanyakan. Organisasi yang dimaksud adalah sistem kekerabatan. Pada etnis tertentu sistem kekerabatan juga berkaitan dengan kewirausahaan dan keberhasilannya. Lingkungan sosial budaya masyarakat berpengaruh terhadap tumbuh kembangnya kewirausahaan. Sosial budaya masyarakat juga berpengaruh terhadap respon pelaku usaha terhadap kebijakan pemerintah baik yang mendukung atau menekan dunia usaha.

Faktor-faktor diatas dapat dilihat bahwa hidup dan tumbuhnya kewirausahaan, dipengaruhi oleh manusia sebagai modal atau modal manusia (Indaryani, 2014). Secara luas, disamping modal manusia dapat dikembangkan modal sosial, modal ekonomi dan modal budaya. Faktor Modal manusia sebagai aspek utama dalam melakukan adaptasi terhadap perubahan yang terjadi.Tingkat adaptasi mempengaruhi strategi coping yang mereka lakukan untuk bertahan hidup secara sustainable dan menang dalam persaingan. Kemampuan adaptasi dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha, relasi antar pelaku usaha yang dibangun untuk mendorong pertukaran informasi untuk kemajuan usaha serta kemampuan menciptakan strategi terhadap kendala atau hambatan yang muncul dalam operasionalisasi usaha (Destha, Sumintarsih, Sarmini, 2003).

Metode penelitian.

Pendekatan yang digunakan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk mengungkap realitas respon yang dilakukan oleh pelaku usaha/ pengrajin dalam perubahan era menuju pada revolusi teknologi dalam revolusi industri 4.0. Respon para pelaku usaha tekstil ini tidak hanya secara kuantitatif tetapi menyangkut perubahan paradigma. Respon

pengusaha juga menunjukkan level pengetahuan dan ketahanannya untuk mempertahankan usaha dalam berbagai tekanan termasuk penggunaan teknologi untuk kepentingan bisnis dan produksinya. Tidak semua pengusaha menganggap perubahan teknologi penting bagi dirinya, karena nilai-nilai dan pandangan hidupnya.

Informan adalah pelaku usaha tekstil terpilih yang terdiri dari pengusaha dan pengrajin Batik, Bordir dan Tenun. Pada industri Batik, Bordir dan Tenun, pengusaha sekaligus pengrajin. Fungsi keduanya tidak dapat dilakukan secara terpisah, atau dilakukan orang lain. Disamping karena karakteristik usaha pada skala mikro, kecil dan menengah di Indonesia, juga karena karakteristik pekerjaannya yang memerlukan keahlian dan ketrampilan khusus. Sehingga pekerjaan sebagai pengrajin dilakukan juga oleh pemilik usaha atau pengusaha. Ketrampilan bisnis dan manajemen sangat terkait dengan cakupan atau lingkup pekerjaan yang harus dilalui. Misalnya kendali dalam proses produksi harus dilakukan oleh para pengrajin sendiri yang adalah pengusaha. Beberapa pekerjaan seperti pemasaran, baik dirumah (masing-masing punya outlet), atau pameran dibantu oleh istri atau anggota keluarga lain, dan juga orang lain (pegawai) yang ditunjuk.

Industri Tekstil adalah salah satu industri yang diharapkan fokus mampu beradaptasi dan berkembang dalam perubahan zaman dan era, termasuk revolusi industri 4,0, selain industri makanan, minuman, otomotif dan lain-lain. Hal ini dicanangkan oleh Dinas Perindustrian Republik Indonesia, karena mampu bersaing di kancah global dan memungkinkan mengintegrasikan teknologi dalam proses bisnis dan produksinya.

Para pengusaha (Batik, Bordir dan Tenun) sebagai mitra dalam skim penelitian yang difasilitasi oleh Kemenristek Republik Indonesia dalam skim Penelitian Strategi Nasional (PSN) yang bersifat kompetitif terapan dan skim Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT), bersifat terapan desentralisasi. Skema Penelitian masing-masing *multi years* dan sudah berjalan untuk tahun kedua. Sebelumnya juga menjadi mitra skema penelitian Master Plan Percepatan Pembangunan Ekonomi Wilayah Indonesia (MP3EI) selama tiga (3) tahun.

Pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, dilengkapi dengan pedoman wawancara. Disamping itu dilakukan *indepth interview* kepada para pengusaha terpilih yang dianggap memiliki pengetahuan lebih banyak dibanding pengusaha lain, dengan indikator level teknologi yang diadaptasi lebih tinggi dibanding pengusaha lainnya. Teknologi yang dimaksud adalah teknologi berbasis internet dalam operasionalisasi bisnis dan produksi. Mulai dari komunikasi untuk memperoleh bahan baku, produksi, distribusi, jejaring pasar dan pemasaran.

Pembahasan

Schwab (2016), mendefinisikan revolusi industri 4.0 sebagai revolusi dalam dunia industri ditengah masyarakat dimana fisik, biologi dan digital tergabung. Integrasi ketiganya akan mempengaruhi banyak aspek kehidupan baik secara sosial, ekonomi dan perilakunya. Dunia industri adalah ekspresi dari ketiga gabungan tersebut. Revolusi industri telah mencapai pada level empat, yang didahului oleh revolusi industri pertama, kedua dan ketiga. Revolusi industri pertama ditandai dengan penggunaan ung air sebagai tenaga untuk menggerakkan mekanika industri. Revolusi industri kedua, penggunaan listrik untuk membantu produksi massal. Revolusi industri ketiga, digunakannya teknologi informasi dan elektronika dalam otomatisasi industri.

Haris Munandar, sekretaris Jenderal Kementrian Perindustrian RI menyatakan bahwa dalam revolusi industri 4.0 terjadi konektivitas antara manusia, mesin dan data. Industri, dalam mengadaptasi revolusi industri mau tidak mau harus melakukan transformasi. Disisi lain pemerintah telah merancang kebijakan untuk mendukung proses transformasi dengan beberapa prioritas yaitu : perbaikan aliran material, desain ulang zona industri, akomodai standar sustainability, pemberdayaan bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), membangun infrastruktur digital nasional, menarik investasi asing,meningkatkan kualitas sumberdaya manusia (SDM), membangun ekosistem inovasi, menerapkan insentif investasi teknologi, menarik investasi asing, dan melakukan harmonisasi aturan dan kebijakan.

Lima jenis industri yang diharapkan menjadi unggulan adalah industri tekstil dan produk tekstil (TPT); makanan dan minuman, otomotif, elektronik dan kimia. Industri TPT pada umumnya masih lemah daya saingnya dibanding industri TPT dari negara lain. Disatu sisi industri tekstil mengalami tekanan persaingan global, tetapi jika orientasi pasarnya diarahkan untuk pasar domestik maka industri tekstil masih berpeluang hidup di pasar negara sendiri. Mengingat bahwa secara fisik, bahan baku, motif dan kebiasaan (adat dan budaya) potensi pasar domestik sangat besar. Tekstil indonesia justru kalah bersaing dalam harga, karena biaya produksi tinggi, mengingat bahwa batik, bordir dan tenun, mengandalkan tenaga manusia dalam proses produksinya dan hanya tahapan tertentu yang dapat diintervensi menggunakan mesin. Disamping itu biaya diluar produksi, seperti transportasi juga belum mendukung pemasaran ke luar negeri. Proses yang harus dilalui oleh seorang eksportir juga masih sulit sehingga pengusaha lebih suka memfokuskan pasarnya didalam negeri (Indaryani, 2016 Laporan MP3EI).

Dalam kasus industri tekstil, revolusi industri 4,0 lebih banyak bersentuhan dengan proses bisnis. Hal ini disebabkan bahwa proses produksi untuk batik, bordir dan tenun

mengandalkan ketrampilan manusia, berbasis seni dan budaya para pelakunya. Justru yang buatan tangan manusialah yang masih memiliki daya saing pada level Global.

Seni dan budaya dalam merancang motif (batik, bordir dan tenun) selalu dikaitkan dengan filosofi yang dimiliki didaerah masing-masing (*local wisdom*). Motif, mengandung cerita rakyat atau sejarah. Sehingga setiap motif memiliki nama tersendiri. Biasanya pengrajin akan bermunculan di lokasi tempat (desa) yang berdekatan karena proses transformasinya intensif. Biasanya pengusaha baru akan muncul setelah sebalumnya yang bersangkutan adalah bagian dari proses produksi dari perusahaan yang diikutinya. Misalnya sebagai karyawan. Setelah memahami proses produksi mereka memisahkan diri dan mendirikan usaha sendiri. Disamping ketrampilan maka transformasi nilai – nilai dan spirit wirausaha akan terjadi. Tidak semua berhasil, karena diantara mereka tidak memiliki keberanian yang sama untuk melakukan hal yang sama dan lebih nyaman menjadi bagian industri tersebut selamanya, sebelum pensiun karena usia tua (Laporan PUUPT, 2017).

Industri tekstil dan industri lainnya di dunia khususnya di negara berkembang, tumbuh dalam lingkungan daerah pertanian. Tidak semua petani dapat beralih menjadi pengusaha/ pengrajin. Demikian juga yang terjadi di Indonesia, mayoritas penduduk memiliki mata pencaharian petani. Fenomena munculnya industri dan kewirausahaan (*entrepreuneur*) pada tahun 1960 an terjadi di berbagai negara, khususnya negara berkembang. Hal tersebut didorong oleh fenomena modernisasi dengan lahirnya teknologi yang meluas melalui perdagangan internasional. Modernisasi, merupakan fenomena sosial-budaya yang diartikan sebagai suatu upaya masyarakat untuk mengganti pola-pola perilaku dan pemikiran yang telah lama digunakan dari generasi kegenerasi dengan suatu pola baru karena perubahan teknologi dan lingkungan sosial budaya yang lebih sesuai (Ahimsa, 2003). Dalam modernisasi ini maka yang menjadi penting diperhatikan adalah proses penerimaan dan atau penolakan unsur-unsur budaya baru yang akan diintegrasikan dalam pola perilaku baru, khususnya menyangkut alat produksi dan teknologi lainnya. Dalam hal ini kemampuan adaptasi mayarakat sangat menentukan. Sedangkan kemampuan adaptasi ditentukan oleh pengetahuan tentang hal-hal baru, daya nalar dan jiwa kewirausahaan (*entrepreuner*) yang didalamnya terdapat keberanian untuk mencoba dan keberanian untuk mengambil resiko.

Fenomena tersebut dilanjutkan dengan munculnya industri rumah tangga dikalangan masyarakat. Melihat keberhasilan tetangga dalam menciptakan uang (*creat money*) dengan cara lainnya, maka muncul kemudian diikuti oleh orang lain, tetangga sedesanya menjadi pengusaha, dalam bidang yang sama di desa yang sama. Itulah cikal bakal usaha berbasis masyarakat, usaha mikro dan rumahan, yang banyak terdapat di Indonesia. Dan berkembang

menjadi klaster. Demikian pula dalam perkembangannya industri berskala mikro, kecil dan menengah (UMKM) berawal dari usaha rumahan, usaha keluarga atau berawal dari proses pernikahan (Indaryani, 2004). Secara empiris, sejarah kelahiran usaha yang hanya ikut-ikutan, coba-coba, bahkan usaha keluarga turun menurun, yang tidak disertai dengan spirit entrepreuneur akan berjalan seadanya, tidak berkembang dan hanya menjadi kegiatan untuk menopang hidup minimal (survival strategi). Ditambah dengan nilai-nilai kehidupan yang pasrah, "tumakninah" , tidak antusias karena percaya bahwa segala sesuatu termasuk rejeki sudah diatur oleh yang Maha Kuasa. Biasanya usaha seperti ini walaupun bertahun-tahun beroperasi tetapi tidak ada perubahan atau kemajuan secara signifikan. Artinya, kelompok ini tidak responsif terhadap perubahan sekalipun terjadi revolusi industri 4.0 atau selanjutnya.

Di Indonesia, kajian tentang hal ini sudah banyak dilakukan sejak lama. Clifford Geertz (1972), yang membandingkan entrepreuneur di kalangan masyarakat hindu, Bali dengan masyarakat muslim di Mojokuto, Jawa Timur. Hasilnya menggambarkan bahwa nilai-nilai dan pandangan hidup pada komunitas yang bersumber dari keyakinan agama mereka mempengaruhi aktivitas mereka dalam berusaha dan menjadi seorang wirausaha. Kelompok masyarakat dengan keyakinan dan agama tertentu lebih menonjol spirit, antusiasme dan agresivitas dan effortnya dibanding dibanding kelompok masyarakat lainnya dengan agama yang berbeda. Demikian juga dikalangan pengusaha kretek sejak lama telah diamati oleh Lan Castle (1976), di Kabupaten Kudus. Bukan hanya alasan ekonomi saja tetapi merupakan ekspresi ibadah mereka. Bahkan di Kabupaten Kudus yang memiliki nilai lokal yang kuat, yang diwariskan para leluhur secara turun menurun " gus ji gang" juga masih dipegang sebagai prinsip berperilaku termasuk dalam berdagang atau sebagai wirausaha, termasuk dikalangan pengusaha/pengrajin bordir yang dikaji oleh Santosa (2016). Gus ji gang, kepanjangan dari Gus, adalah bagus dalam arti fisik paras maupun perilakunya. Ji , pinter ngaji atau belajar agama serta gang, dagang. Masyarakat Kabupaten Kudus, dalam beraktivitas termasuk ekonomi sebagai wirausaha berpedoman nilai-nilai terebut. Sampai hari ini Kudus menjadi kota industri dan dagang yang menyumbang PDRB lebih dari 60% nya (Bappeda, Kab Kudus,2019).

Hampir di setiap etnik, atau suku di Indonesia memiliki ciri khas spirit dan nilai-nilai serta pandangan hidup yang menjadi kekuatan kelompok dalam melakukan aktivitas ekonominya baik sebagai pelaku usaha/ pengusaha maupun pedagang. Sebut saja pada suku China, keuletan dan keberhasilannya dalam bidang ekonomi dari sejak dulu sampai era global menunjukkan ketahanan dan daya saingnya. Hal ini juga dikuatkan dengan kajian yang dilakukan oleh Adicondro (1978). Etnik atau suku China di Indonesia sangat menonjol dalam

aktivitas ekonomi, sebagai pengusaha maupun pedagang. Dari karakteristiknya kedua aktivitas tersebut memiliki esensi yang berbeda. Pedagang merupakan aktivitas hilir dari sebuah usaha atau perusahaan. Bahkan sampai pada negara China, saat ini menguasai perekonomian dunia.

Pada suku Minangkabau, Sumatera Barat juga memiliki ciri semangat yang dikenal luas oleh masyarakat. Mereka memiliki ciri khas dalam aktivitas ekonomi dan menjadi trademark bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia, bahkan dunia yang memunculkan kuliner khas menjadi ikon yang mudah dikenali. Hal ini dikemukakan oleh Naim (1978). Kajian yang memunculkan nilai-nilai komunitas masyarakat dalam berwirausaha atau melakukan ekonomi dalam berbagai bentuknya mendukung pemahaman bahwa nilai-nilai dan pandangan hidup mempengaruhi suatu komunitas dalam beraktivitas. Walaupun tidak seluruh anggota komunitas melakukan hal yang sama, tetapi karakter anggota komunitas dalam bidang tertentu mampu memunculkan identitas dari komunitas itu sendiri.

Lebih dalam dapat dilihat bahwa apa yang terjadi dalam komunitas dipengaruhi oleh modal komunitas tersebut (Indaryani, 2018). Secara universal komunitas memiliki nilai yang diyakini dan terus dipegang dalam menciptakan daya saing alamiahnya. Komunitas bisnis tradisional juga menjadi sebuah dimensi bagi seorang pengusaha (Chakraborty, Mukherjee dan Saha, 2015). Terlepas dari faktor eksternal komunitas seperti perkembangan teknologi, informasi, sarana dan prasarana lainnya. Hal ini ditunjukkan oleh komunitas pengusaha sekaligus pengrajin Tenun, di desa Troso Jepara. Setelah dikaji lebih endalam secara individu secara bervariasi memiliki strategi untuk mempertahankan usahanya agar mampu terus bertahan dalam tekanan persaingan, dan aspek-aspek lain yang muncul sebagai kendala yang saling terkait. Misalnya dalam hal kesulitan bahan baku, benang sutera import, kemudian disiasati dengan menciptakan kain dari benang lain yang hasilnya mirip. Atau kemudian kelangkaan dan mahalnya harga benang import diatasi oleh kelompok sepakat menggunakan benang dari pabrik pemintalan (patal) didalam negeri. Modal komunitas memiliki komponen modal sosial, modal budaya, modal ekonomi dan modal manusia. Dalam komunitas dengan spirit kewirasahaan yang tinggi maka modal sosial, budaya, ekonomi dan manusia akan diaktifkan secara optimal dikalangan anggota komunitas tersebut. Dampaknya adalah ada fungsi pertukaran, adaptasi dan hubungan resiprositas secara harmonis dan sinergis.Sebaliknya jika modal komunitas tidak diaktifkan maka dalam suatu komunitas industri sejenis sekalipun terjadi attitude yang tidak sehat dari para pelaku usaha misalnya saling menjatuhkan menganggap tetangga sesama pengusaha adalah pesaing, dan kecederung berusaha secara individual.

Kesimpulan

Perubahan era mendorong perubahan dikalangan pelaku usaha/ bisnis, baik dalam skala mikro, kecil maupun menengah. Perubahan era selalu ditandai dengan perubahan teknologi yang harus diadaptasi, baik dalam proses bisnis, manajemen maupun produksi. Tetapi dalam realitasnya, tidak semua teknologi baru dapat diakses dan diintegrasikan kedalam proses bisnis, manajemen maupun produksi. Hal ini sangat terkait dengan aksesibilitas pelaku usaha, jenis produk yang dihasilkan dan karakteristik produk.

Dari sisi aksesibilitas, faktor utama yang menentukan adalah sumberdaya manusia sebagai aktor pelaku industri. Aspek sumberdaya manusia yang dimaksud meliputi nilai-nilai dan prinsihp hidup yang bersumber dari keyakinan dan agama. Hal ini akan menentukan paradigma dan perspektif dalam melihat dan menyikapi perubahan, yang mengatasnamakan modernisasi, sampai terjadinya revolusi industri 4.0

Perubahan paradigma, sangat ditentukan oleh pengetahuan yang dimiliki dan informasi yang mampu diakses dan ditangkap oleh pelaku bisnis dalam hal ini pengrajin. Indikator yang dapat dilihat dari paradigma yang berubah, adalah adanya perubahan dalam cara berbisnis, berproduksi atau cara memasarkan produk. Manual beralih ke kopmputerisasi, pasar dan jejaringnya menggunakan internet, misalnya dimasukkan dalam instagram, face book dan sejenisnya. Perubahan paradigma mendorong adanya perubahan dan pengambilan keputusan yang berbeda dengan cara yang digunakan sebelumnya, yaitu : terkait dengan operasionalisasi usaha atau perusahaan baik dari sisi pasar dan pemasaran, alat produksi.

Kemampuan untuk mengikuti perubahan dan meresponnya akan mendorong pelaku usaha melakukan adaptasi sedemikian rupa. Proses adaptasi dipengaruhi oleh paradigma, nilai-nilai dan prinsip hidup, akses informasi dan relasi antar personal diantara pengusaha/pengrajin atau dengan stakeholder yang lain. Jika paradigma berubah maka pengusaha/pengrajin akan dengan sendirinya bergerak mengadaptasi dan menyesuaikan perubahan yang terjadi. Sehingga faktor utama kesiapan pengusaha merespon revolusi industri terletak pada sumberdaya manusia sebagai aktor pelaku. Jika aktor sudah mengadaptasi maka konsekwensi tuntutan perubahan, menyangkut perubahan teknologi, sarana prasarana dalam proses bisnis dan manajemen serta proses produksi pada umumnya, akan dapat terlaksana dengan baik. Kecuali pada industri dengan produk dengan karakteristik yang tidak dapat dikerjakan dengan mesin, atau prosesnya di modernisir karena akan mempengaruhi nilai (*value*), dan akhirnya pada daya tarik walaupun dari sisi harga dapat lebih murah, tetapi essensi produk tersebut menjadi berbeda. Misalnya produk batik, bordir dan tenun. Produk ini khas, unik dan bernilai karena prosesnya menggunakan tangan dan alat

produksi khusus. Batik, dengan malam. Bordir Icik. Tenun Ikat dan mesin ATBM (alat tenun bukan mesin).

Referensi :

Adicondro, GY, 1978, Dari Pecinan sampai Nan Yang : suatu introduksi tentang Kewirastaan orang China di Indonesia; **Prisma** 9 tahun VII: 13-29.

Castle L, 1982, **Tingkah laku agama Politik dan Ekonomi di Jawa : Industri Rokok Kudus**. Jakarta: Sinar Harapan.

Chakraborty, Tanika; Mukherjee, Anirban; Saha, Sarani, 2015, Court-ship, Kinship and Business : A Study on the Interaction between the Formal and the Informal Institutions and Its Effect on Entrepreneurship, **IZA Discussion Papers**, No 8887, Institute for The Study of Labor (IZA), Bonn

Geerzt, C, 1987, **Keyakinan religius dan perilaku ekonomi di sebuah desa di Jawa Tengah: beberapa pemikiran awal" dalam Kebudayaan dan pembangunan** .N.J.Colleta dan Umar Kayam (eds) Jakarta : Yayasan Obor.

Gunanta, Remon dan Niki Hadian, 2019, 18 Imperative E-Commerce : Analisis Kesiapan Pelaku UMKM Kota Bandung Dalam Mengembangkan Industri Kreatif Digital, **Jurnal Akuntansi Maranatha** Vol 11, Nomor 1, Mei 2019, pp 187-198

Indaryani, Mamik, 2014, **Faktor-faktor Pengusahan yang Menentukan Keberhasilan Klaster (Studi pada Komunitas Pengrajin Bordir) Kabupaten Kudus**, Tidak dipublikasikan

_____, 2016, **Pengembangan UMKM Kain Ikat Troso Jepara Sebagai Komoditas Unggulan Khas Daerah Menggunakan Pendekatan Diamond Cluster Berbasis Koperasi Menuju Pemasaran Global dalam Menunjang Percepatan Ekonomi Daerah**, Laporan MP3EI Tahun Kedua

Mc Clelland, D.C, **Dorongan hati menuju modernisasi, dalam "modernisasi" Dinamika Pertumbuhan** M Weiner (editor) Voice Of America Forum Lectures.

Naim,M (1978), Perantauan Masyarakat Minang dan Kaitannya dengan masalah Kewiraswastaan, **Prisma**, 9 Th VII,30-38.