

ABSTRAK

Fenomena *Cluster* telah menarik perhatian para ekonom untuk terlibat dalam studi masalah lokasi yang menimbulkan paradigma baru dan geografi ekonomi yang disebut *new economic geography*. Desa Tumang, Kecamatan Cepogo merupakan desa wisata sentra industri kerajinan logam yang berada di Kabupaten Boyolali dipilih karena kerajinan logam merupakan produk unggulan daerah Kabupaten Boyolali karena hasil produknya memiliki ciri khas daerah, industri kerajinan logam ini sudah berdiri lama sehingga dapat dilihat perkembangan klasternya dan didominasi oleh industri kecil dan rumah tangga.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola kluster dan faktor-faktor yang mempengaruhi orientasi pasar di industri kerajinan logam di Desa Tumang, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. Penelitian ini menggunakan data primer melalui wawancara secara langsung kepada responden dengan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Ada 60 responden pemilik industri di Desa Tumang, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali yang menjadi objek penelitian. Untuk mencapai tujuan, dalam penelitian ini menggunakan analisis kluster untuk mengetahui pola kluster mengacu pada variabel dalam model Markusen (1996) dan analisis regresi logistik untuk mengetahui faktor-faktor penting mana membedakan antara industri yang berorientasi ekspor dan beorientasi pasar lokal (domestik). Khususnya digunakan untuk menjawab apakah kategori sektor industri produk kerajinan logam di Tumang Boyolali yang beorientasi pasar lokal (*inward*) dan yang berorientasi pasar luar negeri (*outward*) maupun diprediksi dengan sejumlah variabel bebas.

Hasil dari identifikasi pola kluster yang diajukan Markusen, dapat ditarik kesimpulan bahwa pola kluster pada sentra industri kerajinan logam Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali mengikuti pola kluster *Marshallian* dan *Hub and Spoke*. Hasil analisis model *binary logistic regression* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari tujuh variabel independen, terdapat empat variabel yang berpengaruh signifikan terhadap orientasi pasar ekspor yaitu variabel tenaga kerja, umur usaha, jaringan pembeli terbesar, dan keaktifan berpromosi. Sedangkan variabel pelatihan, teknologi peralatan dan jaringan pemasok bahan baku tidak berpengaruh terhadap orientasi pasar ekspor.

Kata Kunci: Kelompok Industri, Produk Kerajinan Logam, Orientasi Pasar.