

Analisis Faktor-faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Maskarto Lucky Nara Rosmadi
STIE Kridatama Bandung

Korespondensi: maskartolucky@gmail.com

Abstract

MSMEs is populist economy based on local wisdom whose existence is capable of being a foundation for Indonesia's economic growth. So that this MSMEs activity can grow and develop there are certainly several factors that influence it. This study aims to determine the supporting factors for the development of MSMEs. The research method used is a qualitative method with a descriptive exploratory approach. Data collection techniques consist of primary data obtained from unstructured interviews and secondary data (literature). From the results of the research conducted, it was found that the supporting factors for the development of MSMEs were related to capital, product quality, and marketing. But in reality, the main problems faced by MSMEs are the quality of human resources, capital, product innovation, the use of information technology, and the creativity of MSMEs players and the lack of guidance and support from local governments. Therefore the role of the regional government, especially related institutions and banking support is very necessary for the development of MSMEs.

Keywords: MSMEs, Human resources, Capital, Product Quality, Marketing.

Abstrak

UMKM merupakan ekonomi kerakyatan yang berbasis kearifan lokal yang keberadaannya mampu sebagai pondasi bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. agar kegiatan UMKM ini dapat tumbuh dan berkembang tentunya ada beberapa faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penunjang bagi pengembangan UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif eksploratif. Teknik pengumpulan data terdiri dari data primer yang diperoleh dari wawancara tidak terstruktur dan data sekunder (kepuustakaan). Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa faktor penunjang bagi pengembangan UMKM antara lain berkaitan dengan modal, kualitas produk, dan pemasaran. Namun dalam kenyataannya, permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah kualitas SDM, modal, inovasi produk, pemanfaatan teknologi informasi, dan kreativitas dari pelaku UMKM serta kurangnya pembinaan dan dukungan dari pemerintah daerah. Oleh karena peran dari pemerintah daerah khususnya instansi terkait serta dukungan perbankan sangat diperlukan bagi pengembangan UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Sumber daya manusia, Modal, Kualitas produk, Pemasaran.

A. PENDAHULUAN

Globalisasi berdampak hampir disemua aspek kehidupan manusia tidak terkecuali yang berkaitan dengan perekonomian. Perekonomian mikro yang berkembang di Indonesia harus segera disikapi oleh pemerintah agar kesejahteraan masyarakat dapat segera tercapai. Salah satu sektor yang harus dikembangkan oleh pemerintah adalah sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Para praktisi dan peneliti berkeyakinan bahwa UMKM dapat menjadi pondasi yang kuat bagi keberlanjutan pembangunan khususnya di bidang ekonomi serta berpotensi untuk mengeksport produknya (Eniola, 2014; Ogbo, Ogbo, & Nwachukwu, 2012; Toluyemi, Adigbole, & Kasum, 2015).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) secara umum dianggap sebagai kekuatan bagi pertumbuhan perekonomian dan penciptaan lapangan kerja serta sebagai

PDB bagi negara (Garg & Walia, 2012; Sharma & Afroz, 2014; Singh, Verma, & Anjum, 2012). Sektor UMKM juga sangat strategis untuk dikembangkan sebagai upaya untuk menanggulangi kemiskinan (Wirawan, Sudibia, & Purbadharmaja, 2015). Tetapi, pelaku UMKM sebagian besar hanya memiliki keterampilan secara teknis saja tanpa disertai dengan kemampuan (*skill*) yang memadai (Oyeku, et al, 2014). Permasalahan pokok yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah berkaitan dengan kemampuan finansial dan pemasaran hasil produksinya (Wardhani & Agustina, 2015; Lutfiyah, 2016).

Untuk menyikapi permasalahan tersebut tentunya harus didukung oleh sumber daya manusia yang memiliki *multiskill* para pelaku usahanya agar UMKM di Indonesia memiliki daya saing dengan industri sejenis lainnya (Forsman, 2008). Kualitas sumber daya manusia dapat dilakukan melalui program pembinaan dan pelatihan yang berjenjang dan berkesinambungan (Sousa, Sampaio, & Rodrigues, 2005; Sousa & Rodrigues, 2006; Peyman, 2008). Dari penelitian empiris yang dilakukan oleh Suandi dan Susilo (2011), Sakur (2011), dan Irdyanti (2012) diketahui bahwa lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa faktor, diantaranya pemasaran, modal, inovasi, teknologi informasi dan tenaga kerja. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wihartanti (2017), diketahui bahwa lemahnya daya saing UMKM karena kurangnya dukungan permodalan dari perbankan.

Oleh karena itu faktor modal merupakan hal penting tetapi bukan yang utama dalam melakukan kegiatan usaha (Putri & Jember, 2016; Pratiwi, Ayu, & Sudirman, 2013). Modal digunakan untuk mendukung kemampuan perusahaan baik kualitas maupun kuantitas hasil produksi agar memiliki keunggulan bersaing serta untuk meningkatkan kinerja UMKM yang didukung oleh tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan dan *networking* yang baik (Rajindra, Wahba, & Febrianti, 2018; Purwanti, 2012). Dari penelitian empiris yang dilakukan oleh Rajindra, et al, (2018), Sulistyio & Aditama (2011), dan Nizar (2018), diketahui bahwa secara umum modal usaha merupakan kendala bagi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Untuk menjadi daya tarik konsumen tentunya hasil produksi harus memiliki kualitas yang unggul dengan karakteristik yang dibutuhkan konsumen (Pemenang & Soesanto, 2016). Kualitas produk juga mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan/konsumen (Anis, Suharyono, & Sunarti, 2015; Anwar, 2015). Oleh karena itu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus memperhatikan kualitas produk agar dapat memenangkan persaingan di pasar meskipun dengan berbagai macam keterbatasan yang dimilikinya. Dari penelitian empiris yang dilakukan oleh Paramasivan & Selvam (2013), Soedorowardi (2008), dan Putra, Arifin, & Sunarti (2017) diperoleh hasil bahwa kualitas produk yang diberikan perusahaan adalah strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen dan dapat menjadi daya saing tersendiri bagi industri sejenis.

Persaingan bisnis dalam era globalisasi yang begitu ketat, di mana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Pemasaran produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga terletak pada pangsa pasar yang akan dituju termasuk diantaranya lokasi pemasaran (Gita, Putri, & Sukarsa, 2013). Selain itu, pendekatan pemasaran melalui kewirausahaan merupakan pendekatan konsep yang tepat dengan melihat pada keterbatasan sumber daya dan permasalahan yang ada pada UMKM (Andharini, 2012). Penelitian empiris yang dilakukan oleh Kurniawan & Fauziah (2014), Putra (2015), dan Sulistyio (2010)

diperoleh hasil bahwa faktor penghambat pemasaran produk UMKM adalah kurangnya pemanfaatan teknologi informasi, jaringan usaha (*networking*) dan infrastruktur.

Dari uraian di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa fokus masalah, antara lain:

1. Faktor apa saja yang dapat menjadi penunjang bagi pengembangan UMKM.
2. Sejauhmana peran pemerintah daerah untuk mengembangkan UMKM.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis berkaitan dengan:

1. Faktor-faktor penunjang bagi pengembangan UMKM
2. Peran pemerintah daerah dalam pengembangan UMKM.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan dari bulan Februari sampai dengan Mei 2019. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif eksploratif. Objek penelitian adalah industri tas yang terletak di Kp. Toge RT.01 RW. 02 Desa Margamulya Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam ke sumber informasi (informan).

Dalam melakukan survei, peneliti menggunakan pendekatan pribadi (kuesioner secara tidak terstruktur) untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan usaha industri tas. Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi, yaitu mengumpulkan data yang berbeda-beda dari sumber yang sama dengan menggunakan observasi langsung, wawancara mendalam dan dokumentasi yang dilakukan secara serentak pada waktu yang sama. Data tersebut berasal dari informan kunci, informan (karyawan), maupun peneliti sebagai informan. Sedangkan teknik analisis data menggunakan model deskriptif kualitatif interaktif dalam bentuk pengumpulan data, reduksi data, display data, dan kesimpulan/ verifikasi interpretatif.

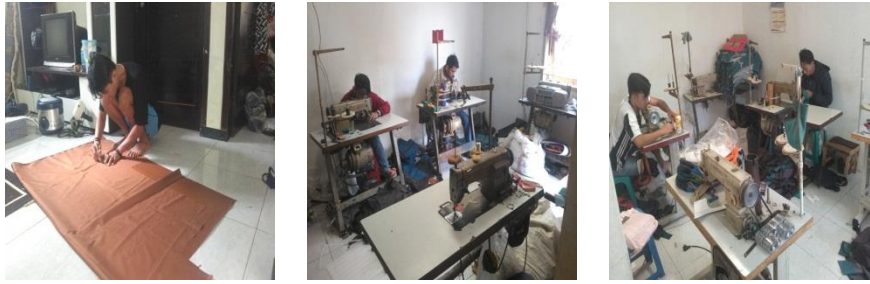
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara dengan bapak Suparman selaku pemilik industri tas dengan merek usaha Dzul Collection diperoleh data bahwa usaha yang dirintisnya sudah berjalan lebih kurang 10 Tahun. Modal awal diperoleh dari uang pesangon sebagai karyawan pabrik yang dipergunakan untuk membeli 4 (empat) buah mesin jahit bekas dan bahan baku untuk memproduksi tas. Hasil produksi tas dipasarkan secara konvensional yang dilakukan sendiri oleh bapak Suparman. Sejak Tahun 2015 tas hasil produksinya diterima oleh sebuah pabrik tas yang berlokasi di Katapang Kabupaten Bandung.

Untuk menambah modal produksi berupa pembelian mesin jahit, bahan baku, dan menambah tenaga kerja Bapak Suparman menjaminkan rumahnya ke lembaga keuangan (bank) secara pribadi. Hal ini dilakukan karena pabrik yang memberikan order pembuatan tas akan melakukan pembayaran seketika barang dikirim dan diterima oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Putri & Jember (2016), Pratiwi, Ayu, & Sudirman (2013) bahwa faktor modal merupakan kendala utama dari para pelaku UMKM untuk dapat mengembangkan usahanya meskipun modal bukan merupakan faktor yang utama.

Lebih jauh beliau menjelaskan, bahwa jumlah produksi tas yang dapat diterima oleh pabrik tidak dibatasi jumlahnya. Pabrik hanya mengirimkan beberapa contoh gambar tas yang harus dikerjakan olehnya. Proses produksi dapat terlihat pada gambar

berikut:



Gambar 1. Bahan baku dan proses produksi pembuatan tas.

Dari gambar 1 di atas dapat dijelaskan bahwa mesin produksi yang digunakan sudah menggunakan mesin semi modern yang dikerjakan oleh 12 orang tenaga kerja. Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan tas memiliki kualitas ekspor. Lokasi pembuatan tas juga masih dilakukan di rumah bapak Superman.



Gambar 2. Hasil produksi tas.

Gambar 2 di atas merupakan tas hasil produksi Dzul Collection yang kualitas serta modelnya tidak kalah dengan tas impor maupun yang diproduksi dengan menggunakan peralatan modern. Kondisi ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Pemenang & Soesanto (2016) bahwa kualitas produk yang memiliki kualitas yang baik serta memiliki karakteristik yang dibutuhkan oleh konsumen akan mampu untuk memikat pembeli. Pendapat ini didukung oleh penelitian empiris yang dilakukan oleh Paramasivan & Selvam (2013), Soedorowardi (2008), dan Putra, Arifin, & Sunarti (2017) bahwa produk yang berkualitas merupakan salah satu strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang kita hasilkan. Jumlah produksi tas dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Produksi Tas Periode 2015-2017

Tahun	Jumlah Produksi/tahun	Keterangan
2015	680 Pc	Seluruh hasil produksi merupakan pesanan pabrik
2016	872 Pc	
2017	1050 Pc	

Sumber: Dzul Collection (data diolah)

Dari tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah produksi tas Dzul Collection mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun ke tahunnya. Usaha industri tas produksi Dzul Collection memiliki pasar ekspor yang memiliki potensi dan daya saing yang tinggi. Keterbatasan permodalan menjadi kendala utama untuk pengembangan usaha. Oleh karena itu UMKM akan berkembang dengan baik bukan saja didukung oleh tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan dan *networking* (jaringan kerja) yang baik tetapi juga harus didukung oleh modal yang memadai (Rajindra, Wahba, & Febrianti, 2018; Purwanti, 2012).

Pendapat ini sesuai dengan hasil penelitian empiris yang dilakukan oleh Rajindra, et al, (2018), Sulisty & Aditama (2011), dan Nizar (2018), bahwa kendala utama yang dirasakan oleh para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya adalah keterbatasan modal yang dimilikinya serta kurangnya dukungan dari sektor perbankan. Sedangkan peran pemerintah daerah Kabupaten Bandung khususnya Dinas Koperasi dan UMKM belum optimal. Hal ini terlihat tidak adanya pembinaan yang dilakukan terutama berkaitan dengan pengembangan kualitas sumber daya manusia (SDM), kemudahan permodalan dari perbankan serta membantu untuk memasarkan produksi tas secara langsung kepada pembeli (*buyer*).

D. PENUTUP

Dari uraian di atas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pengembangan industri tas di Desa Mekarmulya secara umum memiliki hambatan berkaitan dengan permodalan dan pemasaran disamping permasalahan berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia dan penguasaan teknologi informasi. Dari segi kualitas produk memiliki daya saing yang memadai jika dibandingkan dengan industri sejenis. Untuk itu peran pemerintah daerah terutama instansi terkait dan stakeholder lainnya dapat mendukung industri tas tersebut agar program pemerintah tentang pemerataan kesejahteraan dapat segera terwujud.

Penelitian dengan metode kualitatif ini memiliki beberapa keterbatasan, oleh sebab itu diharapkan para peneliti selanjutnya dapat mengkaji dan menguji dengan menggunakan metode lainnya agar hasil yang diperoleh dapat lebih mendalam dan terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Andharini, S. N. (2012). Pemasaran Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomika Bisnis*, 3(2), 121-130.
- Anis, L. M., Suharyono, & Sunarti. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(2), 1-6.
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian "Bunchbead Kota Malang". *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*, 4(12), 43-50.
- Eniola, A. A. (2014). The Role of SMEs Performance in Nigeria. *Arabian Journal of Business and Management Review (Oman Chapter)*, 3(12), 33-47.

- Forsman, H. (2008). Business Development Success in SMEs: A Case Study Approach. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 606-622.
- Garg, I., & Walia, S. (2012). Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Post Reform India: Status and Performance. *International Journal of Latest Trends in Engineering and Technology*, 1(3), 134-141.
- Gita, S. D., Putri, P., & Sukarsa, I. (2013). Pengaruh Harga Canang dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Canang di Desa Sanur. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(3), 142-151.
- Irdayanti. (2012). Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UKM Berorientasi Ekspor Studi kasus: Klaster Kasongan dalam Rantai Nilai Tambah Global. *Jurnal Transnasional*, 3(2), 1-17.
- Kurniawan, F., & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 2(2), 165-176.
- Lutfiyah. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(2), 204-213.
- Nizar, M. (2018). Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tutur. *Jurnal Iqtishoduna*, 7(1), 51-69.
- Ogbo, A., Ogbo, A. C., & Nwachukwu, A. C. (2012). The Role of Entrepreneurial in Economic Development: The Nigerian Perspective. *European Journal of Business and Management*, 4(8), 95-105.
- Oyeku, O., Oduyoye, O., Asikhia, O., Kabuoh, M., & Elemo, G. (2014). On Entrepreneurial Success of Small and Medium Enterprises (SME): A Conceptual and Theoretical Framework. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 5(16), 14-23.
- Paramasivan, C., & Selvam, P. (2013). Progress and Performance of Micro, Small and Medium Enterprises in India. *International journal of Management Studies*, 2(4), 11-16.
- Pemenang, W., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Words of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Kerupuk Ikan Lele UKM Minasari Cikaria Pati Jawa Tengah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XV(3), 206-211.
- Peyman, A. (2008). Towards Learning in SMEs: An Empirical Study in Iran. *Development and Learning in Organization*, 22(1), 17-19.

- Pratiwi, M., Ayu, I., & Sudirman, I. (2013). Variabel yang Berpengaruh Terhadap Penyaluran Kredit Modal Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Bali Periode 2001-2003. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(3), 96-105.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *jurnal Among Makarti*, 5(9), 13-28.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis FIA Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 48(1), 124-131.
- Putra, M. M. (2015). Strategi Peningkatan UMKM Terhadap Pembangunan Ekonomi Kota Medan (Studi Kasus: UMKM Komunitas Kelembagaan Tangan di Atas Kota Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 5(2), 91-99.
- Putri, N. M., & Jember, I. (2016).). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman Sebagai Variabel Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9(2), 142-150.
- Rajindra, B., Wahba, G., & Febrianti, D. (2018). Pengaruh Modal Kerja dan Kemampuan Produksi Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(1), 9-23.
- Sakur. (2011). Kajian Faktor-faktor yang Mendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Studi kasus di Kota Surakarta. *Jurnal Spirit Publik*, 7(2), 85-110.
- Sharma, R., & Afroz, Z. (2014). Growth and Performance of MSME's in Present Scenario for the Development of India. *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies*, 1(5), 136-143.
- Singh, R., Verma, O., & Anjum, B. (2012). Small Scale Industry: An Engine of Growth. *Zenith International Journal of Business Economics & Management Research*, 2(5), 210-221.
- Soedorowardi, S. (2008). Pengaruh Kemampuan Produksi Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Kecil Dengan proses Jobbing di Jawa Timur. *Majalah Ekonomi*, XVIII(3), 320-311.
- Sousa, S., & Rodrigues, E. (2006). Performance Measures in English Small and Medium Enterprises: Survey Results. *Benchmarking: An International Journal*, 13(1/2), 120-134.

- Sousa, S., Sampaio, E., & Rodrigues, G. (2005). Performance Measures and Quality Tools in Portuguese Small and Medium Enterprises: Survey Results. *Journal of Total Quality Management*, 16(2), 277-307.
- Suandi, H. E., & Susilo, Y. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(2), 45-55.
- Sulistyo. (2010). Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dengan Basis Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 6(1), 58-73.
- Sulistyo, H., & Aditama, A. (2011). Model Optimalisasi Kemitraan Usaha Kecil Menengah dan Badan Usaha Milik Negara Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Untuk Meningkatkan Kinerja. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan teknologi (IPTEK)*, 5(2), 25-40.
- Toluyemi, S., Adigbole, E., & Kasum, A. (2015). Constraints Growth and Sustainability of MSMEs in Nigeria: Perception of Entrepreneurs and Experts. *African-Asia Journal of Rural Development*, 48(1), 111-129.
- Wardhani, R. S., & Agustina, Y. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkal Pinang. *Jurnal Akuntansi*, 10(2), 64-96.
- Wihartanti, L. V. (2017). Faktor-faktor Pendorong Pengusaha UMKM Dalam Mengambil atau Menggunakan Kredit Usaha Rakyat (BRI) di Kabupaten Sragen. *Jurnal Promosi*, 5(1), 37-46.
- Wirawan, I. A., Sudibia, K., & Purbadharmaja, I. (2015). Pengaruh Bantuan Dana Bergulir Modal Kerja, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Sektor Industri di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1-21.