

STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA KECIL (UK) MENUJU KEMANDIRIAN USAHA DENGAN MENERAPKAN MANAJEMEN PROFESIONAL

Chalimah

Universitas Pekalongan
chalimah@unikal.ac.id

Akhmad Sakhowi

Universitas Pekalongan
sakhowi@yahoo.com

Abstrak

Usaha kecil (UK) sebagai sektor yang banyak menyerap tenaga kerja, namun sering mengalami beberapa masalah. Kondisi ini memunculkan tantangan pelaku UK untuk dapat menciptakan organisasi dengan daya saing tinggi serta kinerja yang memadai. Tujuan penelitian mengkaji fenomena yang mempengaruhi kesulitan UK sehingga perlu ditindaklanjuti dengan kajian organisasi, pemasaran, strategi UK yang dapat mempengaruhi proses pengembangan UK yang tangguh, mandiri dan sehat. Kajian dilakukan dengan menggunakan metode *casestudy* dengan sampel 105 UK. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (a) Tingkat keberdayaan UK masih di bawah standar (kurang dari 50%). Indikator keberdayaan tersebut meliputi akses usaha, pasar, dan teknologi, (b) Prioritas pengembangan usaha kecil dilakukan dengan membuka peluang pasar, melakukan pelatihan dalam upaya membudayakan kewirausahaan serta menyediakan rumah dagang dan pemasaran usaha kecil (*workshop*). Pengembangan usaha kecil dapat dilakukan melalui Strategi pemberdayaan yang melibatkan secara aktif pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), akademisi, swasta, dan pelaku usaha kecil, dan (c) Strategi pemberdayaan UK dengan melakukan tindakan Nyata yang didasarkan pada prioritas/kritikal jangka pendek dan jangka panjang. (d) Prioritas yang perlu dilaksanakan adalah memberikan pelatihan manajemen dan kreativitas berproduksi, merintis rumah dagang, memetakan peluang *Corporate Social Responsibility* (CSR), pelatihan penerapan teknologi tepatguna.

Kata kunci : strategi pemberdayaan, aspek usaha, aspek pasar, dan aspek teknologi.

Small businesses(SB) has twodimensionscontradictory, as asectorthat absorbslabor, onthe other handthe SB oftenencountered some problems; such aspoor management, marketing difficulties, inadequatefacilities, capital, and entrepreneurial spiritlow. Thisconditionraiseschallenges for SB actorstobe able tocreatean organizationthat has thecapabilityand high

competitiveness and adequate performance. The purpose of this paper was: examines the phenomenon that affects SB difficulties: business, market, and technology access which can affect the process towards the development of SB strong, independent and healthy. These results indicate that (a) SB empowerment levels in the study areas are still low. This is evidenced by indicators of empowerment that are still below the standard (less than 50%). The empowerment indicators include access to the business, market, and technology, (b) Priority of SB development is done by opening up market opportunities, training as an effort to cultivate entrepreneurship, and providing trade home and SB marketing (workshop). SB development can be done through empowerment strategy actively involving government, NGOs, academia, private sectors, and SB actors, (c) SB empowerment strategy in Pekalongan city with real action which is based on the priority / critical in short -term and long-term. For priority to be implemented is to provide training in management and production creativity, pioneering trading house, charted CSR opportunities, application of appropriate technology training.

Keywords : *Empowerment strategy, business access, market access, and technology access.*

I. PENDAHULUAN

Kerangka pembangunan dapat terealisasi jika pemerintah mampu menerapkan dan memberdayakan sistem ekonomi kerakyatan, yaitu sistem ekonomi dimana pelaku ekonomi mengambil keputusan ekonomi berdasarkan pola pengambilan keputusan yang desentralistik dan mandiri. Sektor usaha ekonomi rakyat dapat bertahan dari terpaan badai krisis. Berdasarkan kenyataan ini maka dengan pemberdayaan (*empowerment*) sektor ekonomi mikro, perekonomian Nasional menjadi pilar strategi pembangunan ekonomi yang tepat. Usaha Kecil (UK) merupakan salah satu dari kegiatan bisnis yang saat ini sedang menghadapi berbagai masalah dalam menjalankan usaha, diantaranya adalah organisasi lemah, pemasaran sulit, tempat usaha sempit, sarana kurang memadai, modal usaha kecil, jiwa kewirausahaan rendah, kurang memperhatikan lingkungan dan pelayanan kurang baik (Sukirman, 2010). Sebagai usaha marginal dan subsistem dengan jenis produksi atau transaksi jual beli dalam jumlah kecil, memiliki aturan tersendiri dan menggabungkan berbagai jenis pekerjaan yang sumberdayanya dimiliki dan dikendalikan sendiri oleh pelaku usaha untuk kebutuhan-kebutuhan yang bersifat subsistem (Dewayanti, *et al.*, 2004:10).

Pemberdayaan dilihat dari tujuan, proses, dan cara-cara pemberdayaan (Suharto, 2005:210) adalah sebuah proses dimana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagi pengontrolan, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupan. Parsons *et al.*,

(1994:106) mengajukan tiga dimensi pemberdayaan yang merujuk sebuah proses pembangunan yang bermula dari pertumbuhan individual kemudian berkembang menjadi sebuah perubahan sosial yang lebih besar, keadaan psikologis yang ditandai oleh rasa percaya diri, berguna dan mampu mengendalikan diri dan orang lain, pembebasan yang dihasilkan dari sebuah gerakan sosial, yang dimulai dari pendidikan dan politisasi orang-orang lemah, kemudian melibatkan upaya-upaya kolektif dari orang-orang lemah tersebut untuk memperoleh kekuasaan dan mengubah struktur-struktur yang masih menekan.

Tambunan (2012:6) menyebutkan bahwa sebagian besar pengusaha kecil di Indonesia mempunyai alasan berusaha karena adanya peluang bisnis dan pangsa pasar yang aman serta besar. Oleh karena itu UK lebih banyak muncul karena kemandirian dalam menjalankan usaha, walaupun masih terjadi beberapa kegagalan karena belum memiliki kemampuan dalam menyelenggarakan kegiatan usaha. Berdasarkan data pada BPS, menunjukkan bahwa kegagalan UK dalam menjalankan usaha sebesar 8%, sementara pertumbuhan UK yang tidak terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM mencapai 20%. Ini menunjukkan bahwa UK semakin tidak kompetitif.

Ketidakmampuan bersaing, peraturan kurang memihak, perhatian yang kurang dari pemerintah mengancam keberadaan usaha kecil untuk tidak tumbuh dan berkembang. Oleh karena itu diperlukan strategi pemberdayaan usaha kecil (UK) dengan menerapkan manajemen profesional dan persekutuan dagang (koperasi) untuk mendukung kemandirian usaha. Berdasarkan kenyataan ini maka dengan pemberdayaan (*empowerment*) sektor ekonomi mikro, perekonomian Nasional menjadi pilar strategi pembangunan ekonomi yang tepat. Pembinaan dan Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan Usaha Kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, sebagaimana diatur menurut Undang-undang tentang Usaha Kecil (pasal 1 ayat 8 Permen KUKM NO: 02/Per/M.KUKM/I/2008).

Mempertimbangkan berbagai potensi dan keunggulan yang dimiliki, serta tantangan pembangunan yang harus dihadapi, Indonesia memerlukan suatu transformasi ekonomi berupa percepatan dan perluasan pembangunan ekonomi menuju negara maju sehingga Indonesia dapat meningkatkan daya saing sekaligus mewujudkan kesejahteraan untuk seluruh rakyat Indonesia. Diperlukan upaya-upaya untuk mendorong Indonesia menjadi negara maju dan termasuk 10 (sepuluh) negara besar di dunia pada tahun 2025 melalui pertumbuhan ekonomi tinggi yang inklusif, berkeadilan dan berkelanjutan. Untuk mencapai hal tersebut, diharapkan pertumbuhan ekonomi riil rata-rata sekitar 7-9 persen per tahun secara berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dilakukan penelitian "Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil (UK) Di Kota Pekalongan Menuju Kemandirian Usaha Dengan Menerapkan Manajemen Profesional".

Tujuan penelitian ini adalah: mengkaji fenomena yang mempengaruhi kesulitan usaha kecil (UK) sehingga perlu ditindaklanjuti dengan studi empirik, yaitu: pertama, kajian terhadap organisasi dan pemasaran UK, kajian strategi UK, kajian sumber daya manusia, kajian *stakeholder*, dan kajian *benchmarking*, yang dapat

mempengaruhi proses menuju pengembangan UK yang tangguh, mandiri dan sehat. Kedua, hasil kajian tahap pertama akan memberikan *output* tentang pedoman pengelolaan UK, yang memuat strategi pengelolaan organisasi dan pemasaran, strategi pengelolaan bisnis, pemberdayaan sumber daya manusia, setelah memperoleh masukan-masukan dari *stakeholder*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Kecil

Pengertian usaha kecil dalam penelitian ini adalah usaha kecil yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM, dengan tempat usaha berupa rumah usaha, toko, kios, los, gerobak dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pelaku usaha kecil, swadaya masyarakat atau kolompok dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan produksi rumah tangga.

Dewayanti, R., dan Erna Ermawati Chotim (2004:10) usaha kecil sebagai usaha-usaha marginal dan subsistem dengan jenis produksi atau transaksi jual beli dalam bentuk kecil, dilakukan oleh orang-orang yang sudah dikenal, kesepakatan dibangun bersifat langsung diantara dua orang atau lebih dengan orang-orang yang dipercaya berdasarkan referensi pribadi, memiliki aturan tersendiri dan menggabungkan berbagai jenis pekerjaan yang sumberdayanya dimiliki dan dikendalikan sendiri oleh pelaku usaha untuk kebutuhan-kebutuhan yang bersifat subsistem.

Usaha kecil merupakan salah satu usaha yang kegiatannya untuk menampung masyarakat dimana produk barang/jasa sebagian besar merupakan kebutuhan hidup sehari-hari, sehingga dalam aktivitas diperlukan fasilitas-fasilitas penunjang yang mampu mendukung keberlangsungan produksi usaha kecil, agar usaha dapat berjalan dengan baik sesuai dengan kondisi masing-masing.

2.2 Pemberdayaan Usaha

Pemberdayaan dilihat dari tujuan, proses, dan cara-cara pemberdayaan (Suharto, 2005:210) adalah sebuah proses dimana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagi pengontrolan, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupan. Pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupan dan kehidupan orang lain yang menjadi keahliannya.

Sonnet dan Cabh dalam Suharto (2005:219) menyatakan bahwa ketidakberdayaan ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti: ketiadaan jaminan ekonomi, ketiadaan pengalaman dalam arena politik, ketiadaan akses terhadap

informasi, ketiadaan dukungan finansial, ketiadaan pelatihan-pelatihan, dan adanya ketegangan fisik maupun emosional.

Parsons *et al.*, (1994:106) mengajukan tiga dimensi pemberdayaan yang merujuk sebuah proses pembangunan yang bermula dari pertumbuhan individual kemudian berkembang menjadi sebuah perubahan sosial yang lebih besar, keadaan psikologis yang ditandai oleh rasa percaya diri, berguna dan mampu mengendalikan diri dan orang lain, pembebasan yang dihasilkan dari sebuah gerakan sosial, yang dimulai dari pendidikan dan politisasi orang-orang lemah, kemudian melibatkan upaya-upaya kolektif dari orang-orang lemah tersebut untuk memperoleh kekuasaan dan mengubah struktur-struktur yang masih menekan. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari keberdayaan yang menyangkut kemampuan ekonomi, kemampuan mengakses manfaat kesejahteraan, serta kemampuan kultural dan politis.

Pelaksanaan proses dan pencapaian tujuan pemberdayaan dicapai melalui penerapan pendekatan pemberdayaan yang disingkat 5P (Suharto, 2005: 218) yaitu:

- 1) Pemungkinan: menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal. Pemberdayaan harus mampu membebaskan masyarakat dari sekat-sekat kultural dan struktural yang menghambat.
- 2) Penguatan: memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhankebutuhan. Pemberdayaan harus mampu menumbuh-kembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat yang menunjang kemandiriannya.
- 3) Perlindungan: melindungi masyarakat terutama kelompok-kelompok lemah agar tidak tertindasoleh kelompok kuat, menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang antara yang kuat dan lemah, dan mencegah terjadinya eksploitasi kelompok kuat terhadap kelompok lemah. Pemberdayaan diarahkan pada penghapusan segala jenis diskriminasi dan dominasi yang tidak menguntungkan rakyat kecil.
- 4) Ponyokongan: memberikan bimbingan dan dukungan agar masyarakat mampu menjalankan peranan dan tugas-tugas kehidupan. Pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat agar tidak terjatuh ke dalam keadaan dan posisi yang semakin lemah dan terpinggirkan.
- 5) Pemeliharaan: memelihara kondisi yang kondusif agar tetap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan berbagai kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan usaha.

2.3 Kemandirian Usaha

Pembinaan dan Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan Usaha Kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, sebagaimana diatur menurut Undang-undang tentang Usaha Kecil (pasal 1 ayat 8 Permen KUKM NO: 02/Per/M.KUKM/I/2008). Kemandirian Usaha Kecil berupa sikap dan kondisi Usaha Kecil yang memiliki semangat entrepreneurship untuk semakin mampu memenuhi kebutuhan dengan mengandalkan kemampuan dan kekuatan sendiri.

Pengembangan Usaha Kecil yang tangguh dan mandiri dengan tujuan mempermudah, memperlancar dan memperluas akses UK kepada sumberdaya produktif agar mampu memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumberdaya lokal serta menyesuaikan skala usaha sesuai dengan tuntutan efisiensi. Sistem pengembangan UK dibangun dengan melalui pengembangan pendukung/penyedia jasa pengembangan usaha yang terjangkau, semakin tersebar dan bermutu untuk meningkatkan akses UK terhadap pasar, dan sumberdaya produktif, seperti SDM, modal, pasar, teknologi dan informasi termasuk mendorong peningkatan intermediasi lembaga keuangan. Tambunan (2012:6) menyebutkan bahwa sebagian besar pengusaha kecil di Indonesia mempunyai alasan berusaha karena adanya peluang bisnis dan pangsa pasar yang aman serta besar. Oleh karena itu UK lebih banyak muncul karena kemandirian dalam menjalankan usaha, walaupun masih terjadi beberapa kegagalan karena belum memiliki kemampuan dalam menyelenggarakan kegiatan usaha.

2.4 Manajemen Profesional

Salah satu kendala yang dihadapi para pengusaha kecil adalah manajemen usaha yang masih lemah. Kelemahan terjadi karena kurang mampu mengelola potensi diri. Perlu diketahui bahwa keberhasilan seorang pemimpin tergantung pada hasil kinerja orang lain, oleh karena itu kemampuan mengukur diri sendiri sebagai dasar pengendalian diri untuk dapat mengelola usaha yang profesional dan mampu menciptakan organisasi yang kompetitif dalam berproduksi, mengintermediasi, berelasi dan berafiliasi, dan kemampuan untuk menjual produk (Glendoh: 2013).

Manajemen profesional merupakan suatu aktivitas terorganisasi untuk menghimpun, mengarahkan dan mengendalikan seluruh komponen termasuk SDM, perangkat dan sistem yang ada agar dapat bergerak untuk mencapai hasil maksimal. Arah gerakan selalu disesuaikan dengan pesatnya perkembangan dan kebutuhan organisasi juga masyarakat agar dapat memberikan kepuasan bagi semua komponen, baik internal organisasi maupun masyarakat dan institusi pengguna jasa atau barang hasil produk (Lyntrias: 2009).

Tugas seorang pemimpin adalah kemampuan menggerakkan atau membantu karyawan dalam memelihara hubungan dengan pelanggan, bisa meyakinkan orang

lain dan tidak hanya memikirkan diri sendiri. Semua itu adalah salah satu proses evolusi dari manajemen kekeluargaan ke manajemen profesional. Perlu diketahui bahwa sebagian besar usaha kecil masih mempertahankan model manajemen kekeluargaan, maka perusahaan tersebut sering kali tidak dapat berkembang pesat. Sedangkan manajemen profesionalisme diharapkan mampu menjadi dasar pengelolaan usaha kecil untuk menjalankan usahanya agar mempunyai kredibilitas produk yang dapat bersaing dengan produk lain baik secara regional maupun global. Karakter setiap manajer diharapkan mampu mempengaruhi proses manajemen profesionalisme ini.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitis, dengan memfokuskan pada kajian-kajian yang komprehensif dalam upaya mengembangkan usaha kecil menjadi usaha kecil yang tangguh, mandiri dan sehat. Berbagai kajian difokuskan pada lima variabel, yaitu variabel kajian organisasi dan pemasaran, variabel kajian strategik, variabel kajian sumber daya manusia, dan variabel kajian *stakeholders*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan studi kasus, sedangkan teknik penelitian menggunakan penggabungan antara observasi responden, metode wawancara dengan pelaku usaha kecil, pengguna produk/jasa, dan kelompok usaha kecil secara terstruktur dan wawancara mendalam (*indeep interview*). Analisis data menggunakan interactive model, yaitu dengan pengeumpulan data, reduksi data, *display* data, dan kesimpulan atau verifikasi

Jumlah usaha kecil di Kota pekalongan sebanyak 3.714 terbagi dalam 33 jenis usaha kecil yang tersebar di empat wilayah kecamatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan Sampling Bertahap (*Multistage Sampling*), yaitu pengambilan sampel menggunakan metode *stratified sampling* pada tahap pertama kemudian metode *simple random sampling* di tahap kedua dan seterusnya sampai mencapai sampel yang diinginkan. *Stratified sampling* digunakan untuk menentukan jumlah sampel masing-masing jenis industri dan sampel di tiap wilayah kecamatan.

Penentuan sampel dengan rumus Snedecor GW and Coahran (Lemeshowb *et al.*, 1997). 105 usaha kecil yang menjadi sampel meliputi 7 jasa industri untuk berbagai pengerjaan khusus logam dan barang dari logam, 32 usaha batik, 24 usaha pakaian jadi (konveksi) dari tekstil, 9 usaha pencetakan kain, 7 usaha pertenunan (bukan pertenunan karung goni dan karung lainnya), sementara usaha kecil IHP meliputi 10 usaha tempe, 7 usaha tahu, dan 5 usaha pengolahan ikan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

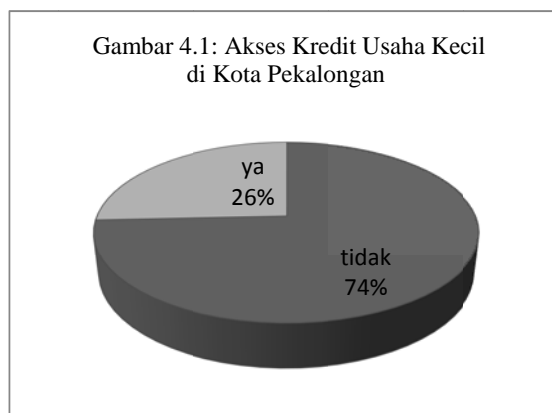
Untuk menentukan strategi pemberdayaan, tahap pertama yang perlu dilakukan adalah dengan mengukur tingkat keberdayaan, yang meliputi akses usaha, akses pasar, akses teknologi. Tahap kedua keberlanjutan Usaha, dan akhirnya Strategi pemberdayaan ataupun pengembangan usaha kecil.

4.1. Tingkat Keberdayaan Usaha Kecil

Tingkat keberdayaan usaha kecil diukur dengan beberapa akses, yaitu usaha, pasar, sumberdaya manusia (SDM) serta teknologi dan masing-masing akses tersebut memiliki indikator yang berbeda.

4.1.1. Akses Usaha

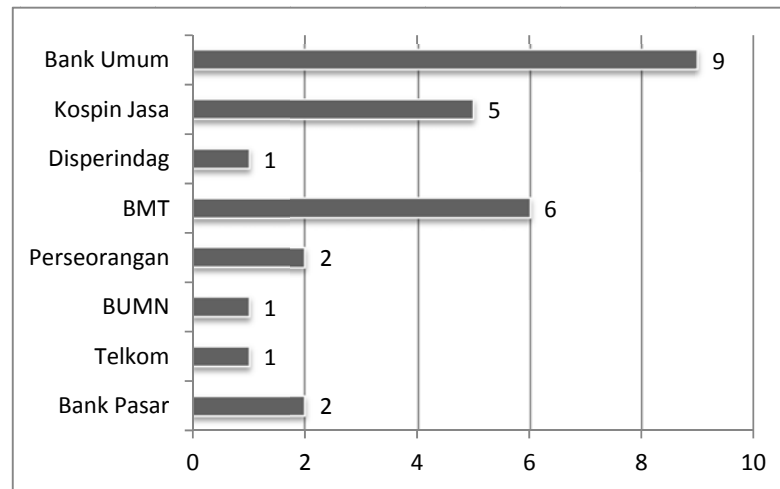
Indikator tingkat keberdayaan masyarakat terhadap akses usaha, dalam penelitian ini adalah kemampuan untuk memperoleh bantuan kredit. 105 responden usaha kecil, pernah mendapatkan kredit 27 responden (26%) dari berbagai lembaga keuangan, perorangan, maupun dari instansi pemerintah, dan 78 (74%) tidak mendapatkan kredit dari manapun dalam melakukan kegiatan usaha. Keberdayaan masyarakat di daerah penelitian seperti pada gambar 4.1 berikut



Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Sebagian dari mereka mengaku tidak mengetahui bagaimana cara untuk mendapatkan pinjaman dari bank. Selain prosedur peminjaman yang rumit dan menggunakan jaminan, besaran pengembalian juga terasa memberatkan. Hal inilah yang mengakibatkan pengusaha kecil menjadi sangat rentan terhadap gejolak perubahan ekonomi. Rendahnya tingkat keberdayaan dari aspek usaha ini disebabkan oleh pihak pengusaha kecil itu sendiri yang pada umumnya tidak dapat menyajikan informasi yang dipersyaratkan. Selain itu juga karena perbankan yang masih sepenuhnya menaruh kepercayaan terhadap usaha mereka yang rata-rata adalah usaha skala kecil, serta kurangnya pembinaan dan penyuluhan. Pengusaha kecil di daerah penelitian yang memperoleh kredit dari berbagai sumber, baik perbankan maupun non bank seperti pada gambar 4.2.

Gambar 4.2: Sumber Kredit Usaha Kecil



Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Upaya responden dalam mencari tambahan modal untuk memenuhi kebutuhan biaya operasional melalui bermacam sumber pembiayaan di antaranya, 9 dari Bank Umum, 5 dari Kospin Jasa, 6 dari BMT, 2 dari perorangan, dan 5 dari sumber lainnya. Walaupun perbankan sebagai sumber kredit sebagian besar usaha kecil yang mendapatkan kredit namun masih sangat kecil peranannya dalam membantu.

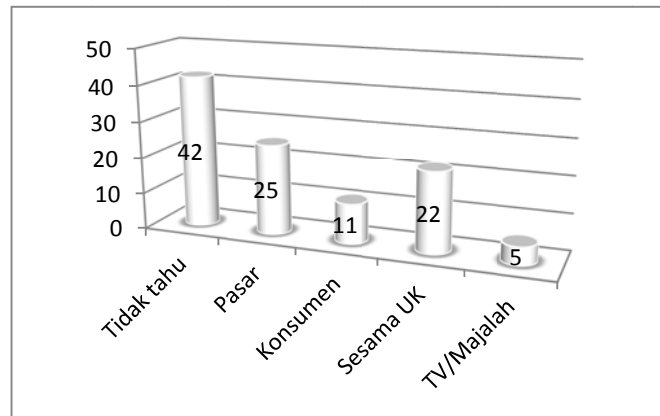
4.1.2. Akses Pasar

Sumber informasi pasar dan desain atau motif, harga, maupun selera yang diinginkan calon pembeli dapat berasal dari konsumen, mekanisme pasar, sesama pengusaha kecil lainnya, media elektronik / cetak dan menentukan sendiri berdasarkan insting. Sumber informasi pasar dapat dilihat pada Gambar 4.3.

Pada umumnya pengusaha kecil di daerah penelitian masih kurang mengerti besaran permintaan dan desain atau motif maupun selera yang disukai oleh masyarakat luas. Mereka cenderung hanya melakukan kegiatan produksi mengikuti corak, selera maupun harga yang hampir sama antara satu pengusaha kecil dengan pengusaha kecil lainnya tanpa memperhatikan kualitas yang diinginkan konsumen secara pasti, bahkan ada juga yang mencontek dari pengusaha kecil lain.

Dari beberapa penjelasan mengenai akses pasar, menunjukkan bahwa tingkat keberdayaan pengusaha kecil dalam memanfaatkan sumber informasi pasar masih relative rendah. Pemasaran usaha kecil di Kota Pekalongan seperti pada Gambar 4.3 berikut.

Gambar 4.3: Pemasaran Hasil Produksi Usaha Kecil



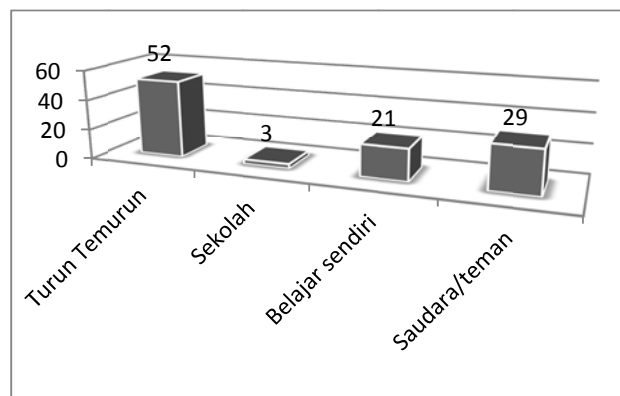
Sumber: Data primer diolah, 2015

76% Pengusaha kecil di daerah penelitian masih kurang mengerti besaran permintaan dan desain atau motif maupun selera yang disukai oleh masyarakat luas. Mereka cenderung hanya melakukan kegiatan produksi mengikuti corak, selera maupun harga yang hampir sama antara satu pengusaha kecil dengan pengusaha kecil lainnya tanpa memperhatikan kualitas yang diinginkan konsumen secara pasti, bahkan ada juga yang mencontek dari pengusaha kecil lain. Akses pasar, menunjukkan bahwa tingkat keberdayaan pengusaha kecil dalam memanfaatkan sumber informasi pasar masih relative rendah (24%).

4.1.3. Akses Teknologi

Akses teknologi yang dimaksud dalam penelitian ini berkaitan dengan proses produksi, khususnya teknik produksi yang digunakan oleh responden. Teknik produksi usaha kecil dapat dilihat pada Gambar 4.4 berikut.

Gambar 4.4: Teknik Produksi Usaha Kecil



Sumber: Data primer diolah, 2015

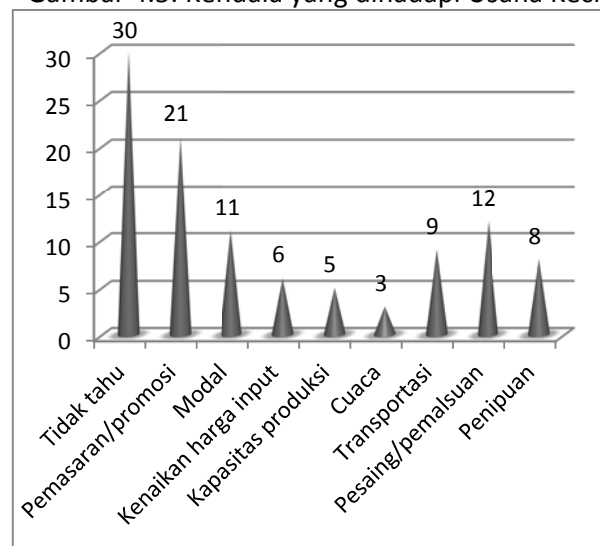
49,52% responden menggunakan teknik produksi secara turun temurun yang masih bersifat tradisional yang pada umumnya tidak memperhatikan pola produksi

bersih (*Clean Production*). Responden belum ada yang melakukan perubahan perbaikan teknologi produksi. Hal ini sesuai dengan studi Cuong, Sang and Anh (2008), yang menyatakan bahwa IKM di Vietnam masih dalam taraf adopsi teknologi. Hal tersebut terjadi karena untuk menciptakan dan mengembangkan teknologi diperlukan biaya tinggi. Disamping itu pada umumnya masalah teknologi ditangani oleh bagian research and development (R&D). Untuk usaha kecil, struktur organisasinya masih sangat sederhana, sehingga untuk R&D tidak ditemukan.

4.2. Keberlanjutan Usaha

Besar kecilnya kendala yang dihadapi oleh usaha kecil akan menentukan keberlanjutan usaha masing-masing responden. Kendala yang dihadapi sangat beragam, antara lain modal, pesaing, ketidakpastian harga, pemalsuan, dan penipuan. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada Gambar 4.5 berikut

Gambar 4.5: Kendala yang dihadapi Usaha Kecil



Sumber: Data primer diolah, 2015

28,57% responden tidak mengetahui kendala yang dihadapi untuk keberlanjutan usahanya. Hal ini terjadi karena rendahnya tingkat pendidikan dalam pengalaman dalam menjalankan usaha.

Menurut Cuong, Sung and Anh (2008), terdapat tiga kendala dalam pengembangan usaha IKM di Vietnam, yaitu: a) Infrastruktur yang tidak berkembang, b) Sumberdaya manusia yang kurang berkualitas c) Kurangnya kerjasama

Kendala-kendala tersebut mengakibatkan IKM menjadi rendah daya kompetisi dan kapasitas penyerapan teknologi. Hal ini juga terlihat di daerah penelitian. Tingkat keberdayaan usaha dari berbagai akses secara keseluruhan dapat dirangkum pada tabel 4.1. Untuk itu perlu dilakukan strategi untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha kecil di Kota Pekalongan.

Tabel 4.1 : Rangkuman Tingkat Keberdayaan Usaha Kecil

Deskripsi		Jumlah Responde n	%
1.	Akses Usaha (pernah mendapat bantuan kredit)	27	26
2.	Akses Pasar (memanfaatkan sumber informasi pasar)	25	24
3.	Akses Teknologi (melakukan perbaikan teknologi)	0	0
4.	Keberlanjutan Usaha (tidak tahu kendala yang dihadapi)	30	29
Fenomena Kecenderungan		Kurang berdaya	

Keterangan: tingkat keberdayaan tinggi apabila mempunyai nilai $\geq 50\%$

Sumber: Data Primer diolah, 2015

4.3. Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil

Berdasarkan hasil analisis keberdayaan usaha kecil (akses usaha, pasar, dan teknologi) masih relatif kurang berdaya. Untuk itu masih diperlukan usaha-usaha peningkatan keberdayaan dengan keterlibatan *stakeholders*. Peningkatan keberdayaan usaha kecil dapat dilakukan dengan upaya dalam bentuk pertumbuhan iklim usaha seperti lebih banyak menciptakan peluang pasar, melakukan pelatihan, penyuluhan, pembinaan dan pengembangan usaha sehingga mampu mandiri dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Upaya pengembangan usaha kecil dengan meningkatkan keberdayaan menuntut adanya partisipasi aktif dari semua pihak yang terkait, antara lain pemerintah, swasta, lembaga keuangan maupun paguyuban masyarakat. Strategi yang dirancang dalam penelitian ini ditinjau secara keseluruhan (holistik) dan secara parsial yang terperinci. Strategi secara holistik yang memasukkan semua aspek dalam pemberdayaan (aspek usaha, pasar, dan teknologi), aksi tindak, pihak-pihak yang terkait serta prioritas dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

4.3.1. Strategi pemberdayaan usaha kecil berdasarkan akses usaha

Pengembangan usaha kecil di Kota Pekalongan berdasarkan akses usaha dapat dilakukan melalui permodalan dan produksi. Masalah-masalah yang ada dalam akses usaha dapat dikonsultasikan pada Klinik konsultasi bisnis (KKB) dan portofolio.

Aksi tindak yang perlu dilakukan dalam akses usaha, maka diusulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Sosialisasi KKB dan portofolio
- b. Aktivasi lembaga penjamin
- c. Diversifikasi, penjaminan mutu dan perlindungan HaKI/paten
- d. Pelatihan dalam usaha menggalang kerjasama dan peningkatan teknik produksi

Pihak-pihak yang terkait dalam pemberdayaan antara lain adalah pemerintah, swasta, lembaga keuangan dan masyarakat. Prioritas yang perlu dilakukan dalam jangka pendek adalah pelatihan manajemen dan kreativitas dalam produksi serta pengawasan dan monitoring proses produksi. Prioritas jangka panjang antara lain membuat perencanaan proses produksi secara efisien dan merelisasi perlindungan HaKI/paten.

4.3.2. Strategi pemberdayaan usaha kecil berdasarkan akses pasar

Berdasarkan hasil penelitian usaha kecil di Kota Pekalongan memiliki tingkat keberdayaan akses pasar yang masih rendah, yaitu 24%. Oleh karena itu diperlukan usaha pengembangan usaha kecil di Kota Pekalongan melalui strategi pemberdayaan. Strategi pemberdayaan yang dapat dilakukan diantaranya adalah:

- a. Menurunkan pajak penjualan dengan memanfaatkan fasilitas dan menangkap peluang yang tersedia.
- b. Menyediakan rumah dagang usaha kecil (outlet), mengoptimalkan lokasi sentra khusus usaha skala kecil dan penerapan system bapak angkat untuk membantu yang kekurangan modal
- c. Membuka peluang pasar dengan melakukan kerjasama dengan *stakeholders* lokal, nasional yang berkaitan dengan pemasaran produk.
- d. Informasi Pasar dengan memberikan informasi tentang permintaan harga, segmen harga, selera (kualitas), informasi ketersediaan produk di pasar, dan informasi status pasar produk pesaing.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dari akses pasar melibatkan berbagai pihak di antaranya adalah pemerintah (instansi terkait seperti Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM), Swasta (perusahaan terkait yang lebih besar) DAN Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Pelaksanaan strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan prioritas jangka pendek dan jangka panjang. Untuk prioritas jangka pendek strategi pemberdayaan yang dilakukan adalah:

- a. Merintis rumah dagang
- b. Menyediakan outlet usaha kecil
- c. Memberikan informasi pasar
- d. Memberikan konsultasi bisnis

Untuk prioritas jangka panjang adalah menjadi bapak angkat pada usaha kecil, menyediakan lokasi sentra khusus, melakukan kerjasama dengan *stakeholders* yang berkaitan dengan pemasaran produk usaha kecil

4.3.3. Strategi pemberdayaan usaha kecil berdasarkan akses teknologi

Berdasarkan hasil penelitian usaha kecil di Kota Pekalongan memiliki tingkat keberdayaan akses teknologi yang sangat rendah. Oleh karena itu diperlukan usaha pengembangan usaha kecil di Kota Pekalongan melalui strategi pemberdayaan. Teknologi yang dapat digunakan, dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: teknologi tepatguna dan teknologi modern.

a. Teknologi tepatguna

Pada umumnya usaha yang dilakukan menggunakan teknologi tepatguna. Teknologi tepatguna yang dimaksudkan di daerah penelitian adalah teknologi sederhana yang diterapkan oleh produsen untuk keperluan produksinya. Strategi pemberdayaan dalam akses teknologi lebih difokuskan pada peningkatan penggunaan teknologi. Aksi tindak pada akses ini meliputi:

- 1) Fasilitasi penyuluhan dan penggunaan teknologi inovatif, misalnya untuk usaha batik skala kecil: proses pencampuran warna agar didapatkan hasil pewarnaan yang baik dan pembuatan desain dengan menggunakan teknologi elektronik.
- 2) Persiapan perlindungan HaKI/paten, yang pada saat ini belum ada yang memiliki HaKI/paten.
- 3) Memaksimalkan pemanfaatan peluang CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang sudah/sedang/akan direalisasikan, antara lain melakukan pelatihan terhadap produsen, terutama yang berkaitan dengan proses produksi dan manajerial
- 4) Pelatihan penerapan teknologi baru

b. Teknologi Modern

Untuk beralih dari teknologi tradisional menjadi modern diperlukan klinik konsultasi bisnis (KKB) dan portofolio. Dalam KKB akan didiskusikan masalah-masalah yang berkaitan dengan proses peralihan teknologi. Pihak yang terkait dalam pemberdayaan, khususnya dari akses teknologi adalah pemerintah, swasta dan akademisi. Untuk prioritas jangka pendek meliputi pelatihan penerapan dan informasi teknologi baru, sedangkan jangka panjang adalah bimbingan konsultasi HaKI/paten dan fasilitasi peralatan produksi.

Berdasarkan penjelasan di atas dari aspek usaha, pasar dan teknologi dapat disimpulkan bahwa strategi pemberdayaan usaha kecil di daerah penelitian diperlukan peran aktif dari berbagai pihak untuk meningkatkan usaha kecil dan melakukan tindakan nyata pemberdayaan yang didasarkan pada prioritas/kritikal jangka pendek dan jangka panjang.

5. SIMPULAN

- a. Tingkat keberdayaan usaha kecil di daerah penelitian masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan indikator keberdayaan yang masih di bawah standar (kurang dari 50%). Indikator keberdayaan tersebut meliputi akses usaha, pasar, dan teknologi
- b. Prioritas pengembangan usaha kecil dilakukan dengan membuka peluang pasar, melakukan pelatihan dalam upaya membudayakan kewirausahaan serta menyediakan rumah dagang dan pemasaran usaha kecil (*workshop*). Pengembangan usaha kecil dapat dilakukan melalui Strategi pemberdayaan yang melibatkan secara aktif pemerintah, LSM, akademisi, swasta, dan pelaku usaha kecil
- c. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh strategi pemberdayaan usaha kecil di Kota Pekalongan dengan melakukan tindakan Nyata yang didasarkan pada prioritas/kritikal jangka pendek dan jangka panjang. Untuk prioritas yang perlu dilaksanakan adalah memberikan pelatihan manajemen dan kreativitas berproduksi, merintis rumah dagang, memetakan peluang CSR, pelatihan penerapan teknologi tepatguna.

Implikasi Kebijakan

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa untuk mengembangkan dan meningkatkan keberdayaan usaha kecil di Kota Pekalongan, perlu dilakukan strategi pemberdayaan yang didasarkan pada tiga akses (usaha, pasar dan teknologi). Strategi tersebut diwujudkan dalam prioritas, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang sebagai berikut:

1. Jangka pendek

Akses Usaha: Prioritas yang perlu dilakukan dalam jangka pendek adalah pelatihan manajemen dan kreativitas dalam produksi serta pengawasan dan monitoring proses produksi. Syarat keberhasilan dalam akses ini dilihat dari tingkat partisipasi pelaku usaha kecil dalam mengikuti program-program pelatihan

Akses pasar: Untuk prioritas jangka pendek strategi pemberdayaan yang dilakukan adalah:

- a) Merintis rumah dagang
- b) Menyediakan outlet usaha kecil
- c) Memberikan informasi pasar
- d) Memberikan konsultasi bisnis

Akses teknologi: Untuk prioritas jangka pendek meliputi pelatihan penerapan dan informasi teknologi baru. Keberhasilan akses teknologi dapat dilihat dari semakin efisiennya penggunaan factor produksi pada usaha skala kecil

2. Jangka Panjang

Akses usaha: Prioritas jangka panjang anatar lain membuat perencanaan proses produksi secara efisien dan merealisasi perlindungan HaKI/paten. Keberhasilan akses ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produk yang dipatenkan

Akses pasar: Untuk prioritas jangka panjang adalah menjadi bapak angkat pada usaha berskala kecil, menyediakan lokasi sentra khusus usaha kecil. Syarat keberhasilan akses pasar antara lain tersedianya lokasi sentra khusus usaha kecil

Akses teknologi: Dalam jangka panjang perlu dilakukan bimbingan konsultasi HaKI/paten dan fasilitasi peralatan produksi. Syarat keberhasilan akses teknologi apabila semakin banyaknya pengusaha yang mengajukan HaKI/paten untuk proses produksi maupun hasil produksi.

Strategi pemberdayaan UK secara singkat dapat dilihat dalam lampiran

Saran Penelitian berikutnya

- a. Dalam penelitian ini rumusan strategi pemberdayaan usaha kecil belum diuji dan diterapkan secara langsung. Oleh karena itu rumusan tersebut perlu diuji coba pada penelitian berikutnya
- b. Menindaklanjuti model yang ditemukan guna penyempurnaan untuk digunakan di daerah lain dengan penyesuaian seperlunya. Pada akhirnya diharapkan model strategi yang ditemukan dan telah diuji coba akan diusulkan untuk mendapatkan HaKI/paten

DAFTAR PUSTAKA

Cuong, Tran Tien; Le Xian Sang and Nyuyen Kim Anh. (2008), *Vietnam Small and Medium Sized Enterprises Development: Characteristics, Constraints And Policy Recommendation*. ERIA Research Project Report 2007-5:323-364

Dewayanti, R., dan Erna Ermawati Chotim, (2004) *.Marjinalisasi dan Eksploitasi Perempuan Usaha Mikro di Pedesaan Jawa*. Bandung: Yayasan AKATIGA.

Glendoh, Sentot Herman, (2013). Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 1, Maret 2001, hal: 1 - 13

Lemeshow, S. & David W.H.Jr, (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (terjemahan), Gadjahmada University Press, Yogyakarta

Lyntrias, (2009). *Manajemen profesional vs kekeluargaan*,
<http://lyntrias.wordpress.com/2009/07/14/manajemen-profesional->

kekeluargaan/

Parsons, W., Birch, D.L., Haggerty, A. (1994). *Small-Scale Industry's Contribution to Economic Development*, London: IT Publications.

Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia Nomor: 02/Per/M.KUKM/I/2008 Tentang Pedoman Pemberdayaan Business Development Services-Provider (BDS-P) Untuk Pengembangan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM)

Suharto E., 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung: Rafika Aditama.

Sukirman, 2010. Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Kecil yang Dikelola Perempuan (Dengan Pendekatan BalancedScorecard), *Jurnal Kinerja, Bisnis dan Ekonomi*. Volume 14, Nomor 3, September 2010. ISSN 0853-6627. Terakreditasi SK. No. 108/DIKTI/KEP/2007.

Tambunan, 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia* (Isu-Isu Penting), Jakarta: LP3ES.