

TOPIK 7

PENGEMBANGAN USAHA

Usaha kecil dalam perekonomian suatu negara memegang peranan penting. Di Indonesia peran usaha kecil sangat penting terutama jika dikaitkan dgn jml tenaga kerja yang terserap. Usaha kecil mrpk bagian terbesar dari pelaku bisnis di Indonesia dan perlu terus dilakukan upaya pemberdayaan, baik kualitas/kuantitasnya.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UKM, terlebih lagi unit usaha ini seringkali terabaikan hanya karena hasil produksinya dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha lainnya

Pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusianya.

Menempatkan usaha mikro kecil dan menengah sebagai sasaran utama pembangunan harus dilandasi komitmen dan koordinasi yang baik antara pemerintah, pembisnis dan lembaga non bisnis serta masyarakat setempat dengan menerapkan *strategi Agresif yang berbasis pada ekonomi jaringan (Kemitraan)*; Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah keseluruhan dengan cara memberi dukungan positif dan nyata terhadap pengembangan sumber daya manusia (pelatihan

kewirausahaan), teknologi, informasi, akses pendanaan serta pemasaran, Perluasan pasar ekspor, merupakan indikator keberhasilan membangun iklim usaha yang berbasis kerakyatan .

7.1 Pengertian Usaha Kecil

Usaha Kecil (UK) adalah Usaha Skala Kecil (USK), terjemahan dari *Small Scale Enterprise (SSE)*. UU No.9/1995 tentang usaha kecil, Usaha Kecil adalah —Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. UK tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan turun temurun, dan atau berkaitan dengan seni dan budaya.

Usaha Kecil dimaksud meliputi UK informal dan UK tradisional. UK informal adl berbagai usaha yg belum tercatat, belum ber-Badan Hukum, seperti : industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang kaki lima, pedagang keliling, pemulung dan lain lain.

Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998, pengertian Usaha Kecil Menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pengertian Usaha Kecil Menengah adalah berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, pengertian Usaha Kecil Menengah didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan usaha yang mempunyai penjualan atau omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 atau asset atau aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari (1). Bidang usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi); (2). Perorangan (Pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).

Menurut UU No 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Kecil Menengah: Undang

undang tersebut membagi kedalam dua pengertian yakni:

Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sementara itu, yang disebut dengan Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

7.2 Karakteristik Usaha Kecil

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) tidak saja berbeda dengan Usaha Besar (UB), tetapi di dalam kelompok Usaha Mikro dan Kecil itu sendiri terdapat perbedaan karakteristik antara Usaha Mikro dengan Usaha Kecil dan Usaha Menengah dalam sejumlah aspek. Aspek-aspek tersebut termasuk orientasi pasar, profil dari pemilik usaha, sifat dari kesempatan kerja di dalam perusahaan, sistem organisasi dan manajemen yang diterapkan di dalam usaha, derajat mekanisme di dalam proses produksi, sumber-sumber dari bahan-bahan baku dan modal, lokasi tempat usaha, hubungan-hubungan eksternal, dan derajat dari keterlibatan wanita sebagai pengusaha.

Selain itu ada beberapa perbedaan antara Usaha Mikro dengan Usaha Kecil dalam latar belakang atau motivasi pengusaha melakukan suatu usaha. Perbedaan motivasi pengusaha sebenarnya harus dilihat sebagai karakteristik paling penting untuk membedakan antara Usaha Mikro dan Kecil dengan Usaha Besar, maupun antar

subkategorik di dalam kelompok Usaha Mikro dan Kecil itu sendiri. Sebagian besar pengusaha mikro di Indonesia mempunyai latar belakang ekonomi, yakni alasan utama melakukan kegiatan tersebut adalah ingin memperoleh perbaikan penghasilan. Ini menunjukkan bahwa pengusaha mikro berinisiatif mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya sehari-hari. Di samping itu, latar belakang menjadi pengusaha mikro karena faktor keturunan, yaitu meneruskan usaha keluarga. Terlihat banyak faktor keluarga masi dominan di mana jika orang tuanya seorang nelayan maka anaknya juga menjadi nelayan dan seterusnya. Sedangkan alasan ideal pengusaha mikro adalah merasa mtelah dibekali dengan keahlian. Selain itu, alasan lain menjadi pengusaha mikro adalah karena tidak adanya kesempatan untuk berkarier di bidang yang lain.

Latar belakang pengusaha kecil lebih beragam dari usaha mikro, walaupun latar belakang ekonomi juga merupakan alasan utama, tetapi sebagian lain mempunyai latar belakang lebih realistis dengan melihat prospek usahake depan dengan kendala modal yang terbatas. Sebagian besar pengusaha kecil di Indonesia mempunyai alasan berusaha karena adanya peluang bisnis dan pangsa pasar yang aman dan besar. Ada juga beberapa pengusaha kecil yang berusaha dengan alasan utamanya karena faktor keturunan atau warisan, dibekali keahlian dan membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat. Walaupun masi ada sejumlah pengusaha yang beralasan karena tidak ada kesempatan di bidang lain dengan berbagai alasan, misalnya pendidikan formal yang rendah atau kondisi fisik yang tidak memungkinkan.

Secara umum karakteristik Usaha Kecil menurut M. Taufik (2004) dapat dikenali sebagai unit usaha yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Skala usaha kecil
- b. Padat karya
- c. Berbasis sumber daya lokal dan sumber daya alam
- d. Pelaku banyak
- e. Menyebar.

Selanjutnya, Suryana (2003) mencantumkan karakteristtik perusahaan yang tergolong Usaha Kecil sebagai berikut :

- a. Biasanya bersifat bebas, tidak terikat dengan identitas bisnis lain, misalnya sebagai cabang, anak perusahaan, atau divisi dari perusahaan yang lebih besar
- b. Biasanya sepenuhnya dikendalikan oleh pemiliknya yang biasanya adalah owner-manager yang memberikan kontribusi kepada hampir semua hal, tidak hanya terbatas pada modal kerja
- c. Otoritas pengambilan keputusan dipegang penuh oleh pemilik usaha.

Menurut Pratomo dan Soedjoedono (2002), menyebutkan kriteria umum Usaha Kecil dilihat dari ciri-cirinya pada dasarnya dapat dianggap sebagai berikut :

- a. Struktur organisasinya sangat sederhana.
- b. Tanpa staf yang berlebihan.
- c. Pembagian kerja yang kendur.
- d. Memiliki hirarki manajerial yang pendek.
- e. Sedikit aktivitas formal dan penggunaan perencanaan.
- f. Kurang membedakan aset pribadi dan perusahaan.

Usaha Kecil sebagaimana dimaksud Undang-undang No.9 Tahun 1995 adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 1 milyar per tahun serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp. 50 juta sampai dengan Rp. 500 juta. Karakteristik usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 Milyar
- c. Milik Warga Negara Indonesia
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar
- e. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Menurut Bank Indonesia, Usaha Kecil dan Menengah adalah perusahaan industri dengan karakteristik sebagai berikut :

- a. Memiliki modal kurang dari Rp. 20 juta
- b. Untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp. 5 juta.
- c. Suatu perusahaan atau perseorangan yang mempunyai total asset maksimal Rp. 600 juta tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati.
- d. Omset tahunan lebih besar dari Rp. 1 milyar.

Usaha kecil adalah usaha yang bersifat fleksibel, termasuk jenis-jenis bidang usaha yang dapat dimasukinya. Adapun bidang usaha yang dapat dimasuki oleh Usaha Kecil antara lain adalah :

- a. Manufaktur, seperti perusahaan mebel, perusahaan roti, manufaktur pakaian, percetakan, dan lain-lain.
- b. Jasa, antara lain :
 - Bisnis jasa, memberikan jasa pada organisasi bisnis lain seperti agen iklan, programmer komputer, konsultan pajak.
 - Jasa personal, seperti : salon kecantikan, agen TKI, guru les, laundry, agen perjalanan.
 - Jasa reparasi/perbaikan, seperti : bengkel mobil, reparasi mebel, dan reparasi perhiasan.
 - Jasa hiburan dan pertunjukan, seperti : bioskop dan gelanggang olahraga.
 - Hotel dan motel.
- c. Grosir, yaitu penjualan ke penjual yg lain
- d. Pengecer (*retailing*), pedagang yg menjual ke konsumen akhir.

Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil

Menurut Hubeis (2009), kelebihan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah dapat menjadi dasar pengembangan kewirausahaan, dikarenakan organisasi internal sederhana ini mampu meningkatkan ekonomi kerakyatan/ padat karya

(lapangan usaha dan lapangan kerja) yang berorientasi pada ekspor dan substitusi impor (struktur industry dan perolehan devisa). Selain itu UMKM aman bagi perbankan dalam

memberikan kredit karena bergerak di bidang usaha yang cepat menghasilkan. UMKM juga mampu memperpendek rantai distribusi, lebih fleksibel dan adaptabilitas dalam pengembangan usaha.

Adapun kekurangan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah rendahnya kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam kewirausahaan dan manajerial yang menyebabkan munculnya ketidakefisienan dalam menjalankan proses usaha. Terdapat pula masalah keterbatasan keuangan yang menyulitkan dalam pengembangan berwirausaha. Ketidakmampuan aspek pasar, keterbatasan pengetahuan produksi dan teknologi, prasarana dan sarana, dan ketidakmampuan menguasai informasi juga merupakan kekurangan yang sering dialami dalam usaha UMKM. UMKM juga tidak didukung kebijakan dan regulasi yang memadai, serta 22 perlakuan dari pelaku usaha besar yang

tidak terorganisasi dalam jaringan dan kerja sama, sehingga sering tidak memenuhi standar dan tidak memenuhi kelengkapan aspek legalitas.

Suatu usaha mengandung potensi benefit dan biaya. Bagi banyak orang, benefit yang penting adalah kepuasan pribadi yang diperoleh dari mengoperasikan bisnisnya sendiri. Pemilik bisnis dapat menggunakan seluruh kemampuannya dan dapat menggunakannya dengan bebas, juga dapat memperoleh kekuasaan melalui pengoperasian bisnisnya sendiri. Benefit lain yang diperoleh adalah keuntungan financial. Dibandingkan dengan usaha besar, usaha kecil memiliki beberapa potensi dan keunggulan komparatif, seperti yang dikemukakan oleh Panji Anoraga, (2002) diantaranya :

1. Usaha kecil beroperasi menyebar diseluruh pelosok dengan berbagai ragam bidang usaha. Hal ini karena kebanyakan usaha kecil timbul untuk memenuhi permintaan (agregat demand) yang terjadi di daerah regionalnya. Bisa jadi orientasi produk usaha kecil tidak terbatas pada orientasi produk melainkan sudah mencapai taraf orientasi konsumen. Untuk ini diperlukan suatu keputusan manajerial yang menuntut kejelian yang tinggi. Dengan penyebaran usaha kecil, berarti masalah urbanisasi dan kesenjangan desa-kota minimal dapat ditekan. Setidaknya mengurangi konsentrasi intensitas lapangan kerja pada daerah tertentu yang akan menimbulkan efek urbanisasi dan masalah sosial lain.
2. Usaha kecil beroperasi dengan investasi modal usaha aktiva tetap pada tingkat yang

rendah. Sebagaimana besar modal terserap pada kebutuhan modal kerja. Karena yang dipertaruhkan kecil, implikasinya usaha kecil memiliki kebebasan yang tinggi untuk masuk atau keluar dari pasar. Dengan demikian, kegiatan produksi dapat dihentikan sewaktu-waktu, jika kondisi perekonomian yang dihadapi kurang menguntungkan. Konsekuensi lain dari rendahnya nilai aktiva tetap adalah mudah meng up to date-kan produknya. Sebagai akibatnya akan memiliki derajat imunitas yang tinggi terhadap gejolak perekonomian internasional.

3. Sebagian usaha kecil dapat dikatakan padat karya (labor intensive) yang disebabkan penggunaan teknologi yang sederhana. Persentase distribusi nilai tambah pada tenaga kerja relative besar. Dengan demikian, distribusi pendapatan dapat lebih tercapai. Selain itu keunggulan usaha kecil terdapat pada hubungan yang erat antara pemilik dengan karyawan menyebabkan sulitnya terjadi PHK (pemutusan hubungan kerja). Keadaan ini menunjukkan betapa usaha kecil memiliki fungsi sosial ekonomi.

Sedangkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh usaha kecil adalah :

1. Skala pemasaran bersifat lokal, jika melalui batas wilayah pemasarannya tidak dilakukan oleh perusahaan sendiri. Hal ini jelas tidak dapat memacu penjualan yang progresif dengan cepat.
2. Personal yang terlibat dalam perusahaan pada umumnya berkisar karena hubungan kekerabatan atau persaudaraan atau juga karena hubungan sosial yang akrab.
3. Bersifat —one man show\ Yaitu satu orang mempunyai banyak fungsi yang pada umumnya dikerjakan oleh pemilik perusahaan, mulai pada pembukuan dasar sampai pencairan dana.
4. Lemahnya sistem pencatatan, didasarkan pada ingatan saja sehingga tidak didokumentasikan.
5. Perencanaan hanya dengan perhitungan dan analisis sederhana saja, dengan prinsip-prinsip sekitar laba yang dapat dijangkau dengan cepat, tidak berbelit-belit dan berorientasi jangka pendek.
6. Seringkali dalam hubungannya dengan perencanaan lebih menitik beratkan pada kepentingan pribadi atau keluarga saja. Sehingga pemilik tidak mengetahui rugi atau laba perusahaan karena tidak ada batasan yang jelas milik perusahaan dan pribadi.
7. Lemahnya promosi dan pemasaran produknya.
8. Decision making sering dilakukan by feeling dan bukan berdasarkan atas pemikiran

dan konsep-konsep yang rasional (Panji Anoraga, 2002).

Dalam menjalankan suatu usaha pasti terdapat potensi keunggulan dan kekurangan. Dari segi keunggulan, terdapat hal-hal yang menarik yang menjadi keunggulan bagi wirausahawan. Berwirausaha memiliki banyak keuntungan dalam rangka mengembangkan potensi yang dimiliki. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2009) kelebihan dari wirausahawan adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki peluang untuk mengendalikan nasib sendiri
- b. Mempunyai kesempatan melakukan perubahan
- c. Potensi yang dimiliki dapat dipergunakan sepenuhnya
- d. Peluang dalam meraih keuntungan tanpa batas
- e. Peluang dalam melakukan hal yang diminati
- f. Peluang untuk berperan pada masyarakat dan mendapatkan pengakuan.

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2004) kekurangan dalam menjadi wirausahawan adalah:

- a. Memiliki resiko kehilangan dari seluruh investasi
- b. Mempunyai pendapatan yang tidak sama
- c. Cenderung bekerja lebih lama dan memerlukan kerja keras
- d. Memiliki mutu hidup yang rendah sampai bisnis menjadi mapan
- e. Harus bertanggung jawab penuh
- f. Ketegangan mental yang tinggi.

Dari berbagai pendapat ahli tentang kelebihan Usaha kecil, maka dapat disimpulkan bahwa kelebihan usaha kecil antara lain adalah :

1. Usaha Kecil menyebar ke seluruh pelosok dan berbagai bidang usaha.
2. UK beroperasi dengan investasi modal untuk aktiva tetap pada tingkat yang rendah. Sebagian besar modal terserap pada kebutuhan modal kerja. Maka implikasinya Usaha Kecil memiliki kebebasan yg tinggi untuk masuk dan keluar dari pasar.
3. Sebagian besar Usaha Kecil padat karya (*labor intensive*) karena penggunaan teknologi sederhana.
4. Persentase distribusi nilai tambah pada tenaga kerja relatif besar.

5. Dengan demikian distribusi pendapatan bisa lebih tercapai.
6. Hubungan pemilik dan karyawan yang erat
7. Dengan demikian Usaha Kecil memiliki fungsi sosial ekonomi

Permasalahan Dan Upaya Pengembangn Usaha Kecil

Menurut Hubeis (2009) permasalahan umum yang biasanya terjadi pada UMKM yaitu :

a. Kesulitan Pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM. Dari hasil studi yang dilakukan oleh *James* dan *Akrasane* (1988) di sejumlah Negara ASEAN, menyimpulkan UMKM tidak melakukan perbaikan yang cukup di semua aspek yang terkait dengan pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi. Akibatnya, sulit sekali bagi UMKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas. Masalah pemasaran yang dialami yaitu tekanan persaingan baik di pasar domestik dari produk yang serupa buatan sendiri dan impor, maupun di pasar internasional, dan kekurangan informasi yang akurat serta *up to date* mengenai peluang pasar di dalam maupun luar negeri.

b. Keterbatasan Finansial

Terdapat dua masalah utama dalam kegiatan UMKM di Indonesia, yakni dalam aspek finansial (mobilisasi modal awal dan akses ke modal kerja) dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang. Walaupun pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak memadai dalam untuk kegiatan produksi maupun investasi. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit dari perbankan dan bantuan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMKM. Hal ini disebabkan karena lokasi bank terlalu jauh bagi pengusaha yang tinggal di daerah, persyaratan terlalu berat, urusan administrasi yang rumit, dan kurang informasi mengenai skim-skim perkreditan yang ada beserta prosedurnya. Lagipula, sistem pembukuan yang belum layak secara teknis perbankan menyebabkan UMKM juga sulit memperoleh

kredit.

c. Keterbatasan SDM

Salah satu kendala serius bagi banyak UMKM di Indonesia adalah keterbatasan SDM terutama dalam aspek-aspek *entrepreneurship*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, *data processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Semua keahlian ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.

d. Masalah Bahan Baku

Keterbatasan bahan baku serta kesulitan dalam memperolehnya dapat menjadi salah satu kendala yang serius bagi pertumbuhan output ataupun kelangsungan produksi bagi banyak UMKM di Indonesia. Hal ini dapat disebabkan harga yang relatif mahal. Banyak pengusaha yang terpaksa berhenti dari usaha dan berpindah profesi ke kegiatan ekonomi lainnya akibat masalah keterbatasan bahan baku.

e. Keterbatasan Teknologi

UMKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi yang tradisional, seperti mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang bersifat manual. Hal ini membuat produksi menjadi rendah, efisiensi menjadi kurang maksimal, dan kualitas produk relatif rendah.

f. Kemampuan Manajemen

Kekurangmampuan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap pengembangan usahanya, membuat pengelolaan usaha menjadi terbatas. Dalam hal ini, manajemen merupakan seni yang dapat digunakan atau diterapkan dalam penyelenggaraan kegiatan UMKM, baik unsur perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.

g. Kemitraan

Kemitraan mengacu pada pengertian bekerja sama antara pengusaha dengan tingkatan yang berbeda yaitu antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Istilah kemitraan sendiri mengandung arti walaupun tingkatannya berbeda, hubungan yang terjadi adalah hubungan yang setara (sebagai mitra kerja).

Dari pendapat berbagai ahli maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang di hadapi oleh usaha kecil dan cara mengatasinya adalah sebagai berikut :

a. Masalah Pemasaran, meliputi antara lain :

- Masalah persaingan pasar dan Produk
- Masalah akses terhadap informasi pasar
- Masalah kelembagaan pendukung UK Cara mengatasi masalah pemasaran :
- Sisi intern dengan cara peningkatan kualitas SDM
- Sisi ekstern dengan cara menciptakan iklim usaha yang sehat, kemitraan yang saling menguntungkan, arus informasi yang merata dan kontinu, peningkatan peran lembaga pendukung (asosiasi dan pemerintah).

b. Masalah Kemitraan

- Kemitraan mengacu pada pengertian bekerjasama antar pengusaha dengan tingkatan yang berbeda.
- Banyak pola kemitraan hanya sebatas sub-kontrak, sehingga tidak menempatkan UK sebagai bagian integral dari perusahaan besar.
- Pola kemitraan yang sudah memadai seperti PIR

c. Masalah SDM

- Masalah struktur dan pembagian kerja, dimana sering terjadi *one man show* .
- Sulit mencari dan mempertahankan tenaga kerja yang punya loyalitas, disiplin, kejujuran dan tanggung jawab yang tinggi.
- Kemampuan manajerial pengusaha kebanyakan lemah

d. Masalah Keuangan

- Belum memisahkan manajemen keuangan usaha dengan rumah tangga.
- Belum membuat perencanaan, pencatatan, dan laporan keuangan secara rutin dan baik.
- Modal yang terbatas

Upaya Pengembangan Usaha Kecil telah dirumuskan dalam UU No.9/1995 tentang UK Pasal 14 bahwa —Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melakukan

pembinaan dan pengembangan UK dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM dan teknologil. Pasal 15 dan 16 menyebutkan bahwa Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan dengan cara :

- a. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan.
- b. .Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan.
- c. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong dan kemasan.

Perencanaan pengembangan usaha, dapat dilakukan dengan cara melakukan identifikasi terhadap usaha, yaitu :

1. Kekuatan apa yang dimiliki
2. Kelemahan dan kendala yang dihadapi
3. Peluang-peluang apa yang muncul yang bisa diamati
4. Ancaman apa yang bisa menghambat berkembangnya usaha

Aspek perencanaan pengembangan usaha meliputi perencanaan bidang pemasaran, SDM, produksi, dan permodalan.

a. Langkah dalam bidang pemasaran antara lain :

- Pasar mana yang bisa dimasuki
- Produk apa yang bisa dikembangkan
- Berapa harga agar tetap bersaing
- Bagaimana cara mengenalkan produk
- Pihak mana yang bisa diajak kerjasama

b. Langkah pembinaan dan pengembangan SDM :

- Memasyarakatkan dan membudayakan Kewirausahaan
- Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial.
- Mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, dan konsultan UK.
- Menyediakan tenaga penyuluhan dan konsultasi UK

c. Langkah bidang produksi :

- Dari bahan baku yang ada bisakah dibuat produk yang lain, kapan akan dilaksanakan.
- Berapa banyak produksi.
- Kapan dibutuhkan membeli alat produksi baru.
- Berapa banyak persediaan

d. Bidang permodalan :

- Kapan diperlukan penambahan modal dan berapa besarnya.
- Di mana akan dapat tambahan modal
- Siapa yang perlu dihubungi yang dapat membantu permodalan.

Dalam pengembangan usaha kecil ada beberapa upaya Upaya Mengembangkan yang dapat dilakukan antara lain adalah :

1. Menciptakan iklim usaha yang kondusif.
2. Menghilangkan monopoli bagi usaha menengah dan besar.
3. Mengembangkan kemitraan
4. Efisiensi usaha.
5. .Membentuk/memperkuat asosiasi.

Dalam UU tentang Usaha Kecil No 9/1995 Pasal 26 disebutkan bahwa : Usaha menengah dan usaha besar melaksanakan hubungan . Kemitraan dengan UK baik yang memiliki maupun yang tidak memiliki keterkaitan usaha. Pelaksanaan hubungan Kemitraan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diupayakan ke arah terwujudnya keterkaitan usaha Kemitraan dilaksanakan dengan disertai pembinaan dan pengembangan dalam salah satu atau lebih bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, SDM, dan teknologi.

Dalam melaksanakan hubungan ke-dua belah pihak mempunyai kedudukan hukum yang setara. Pola Kemitraan yang dapat dilakukan sebagaimana tertuang pada Pasal 27 UU tentang Usaha Kecil No 9/1995 sebagai berikut :

1. Inti Plasma, Usaha besar/ menengah sebagai inti dan Usaha Kecil sebagai plasma. Perusahaan inti melakukan pembinaan mulai dari penyediaan sarana produksi,

bimbingan teknis, sampai pada pemasaran.

2. Sub-kontrak, Usaha Kecil memproduksi komponen yg diperlukan usaha besar/menengah sebagai bagian dari produksinya.
3. Dagang umum, yaitu hubungan Kemitraan antara Usaha Kecil dengan usaha menengah/besar, yang di dalamnya usaha menengah/besar memasarkan produksi Usaha Kecil atau sebagai pemasok kebutuhan usaha menengah/besar.
4. Waralaba, yaitu hubungan Kemitraan yang di dalamnya pemberi waralaba memberikan hak penggunaan lisensi, merek dagang, saluran distribusi perusahaan kepada penerima waralaba dengan disertai bantuan bimbingan manajemen.
5. Keagenan, yaitu hubungan kemitraan, yang di dalamnya UK diberikan hak leluasa untuk memasarkan barang/jasa usaha menengah dan usaha besar.
6. Bentuk kerjasama yang lain di Indonesia adalah bapak-anak angkat, yang titik beratnya pada pembinaan SDM.

Pengembangan Manajemen Pemasaran Usaha Kecil

Setiap perusahaan perlu memperdalam bidang pemasaran karena :

1. Semakin banyak pesaing untuk produk yang sejenis
2. Semakin berkembangnya teknologi yang digunakan perusahaan untuk memproduksi barang yang sama
3. Semakin banyak barang pengganti dengan manfaat yang sama
4. Semakin beraneka ragam desain, bentuk, warna, dan corak dari barang yang punya manfaat yang sama.
5. Pergeseran perilaku konsumen yang begitu cepat mengakibatkan pergeseran dalam selera, maupun keinginan konsumen.

Pengembangan Manajemen Produksi UK :

1. Tahapan dalam produksi : input, proses, output.
2. Produksi barang, tahap input dapat berupa informasi dan penyediaan bahan baku.
3. Produksi jasa input dapat berupa jaringan pemberi Informasi.
4. Proses produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan hasil produksi
5. Output dalam kegiatan produksi adalah hasil produksi berupa barang jadi, setengah jadi atau jasa yang siap dijual beserta proses pemasarannya.
6. Keseluruhan tahapan harus dipandang secara utuh, karena besar kemungkinan ada

korelasi tinggi antar tahapan tersebut.

Pengembangan SDM Usaha Kecil ::

Kelemahan di bidang SDM Usaha Kecil antara lain :

1. Sering belum ada pembagian tugas yang tegas dan jelas, sehingga karyawan bertindak serba salah dan tidak memiliki rencana kerja yang jelas, tidak mengetahui tugas dan tanggungjawabnya, cara melaksanakan dan mengevaluasi tingkat keberhasilannya.
2. Belum disadarinya bahwa manusia adalah titik sentral dari suatu usaha. Hal ini berdampak pada perusahaan masih menganggap karyawan sebagai alat produksi.
3. Tidak jelasnya prinsip hubungan kerja, pedoman kerja, cuti, pemberian gaji, syarat penerimaan, sanksi dan lain lain.
4. Tidak jujur terhadap cita-cita, prospek, hasil yang dicapai perusahaan, dan kurang menghargai prestasi.

Pengembangan Manajemen Keuangan UK

Pertanggungjawaban dan keterbukaan keuangan adalah hal yang penting. Keuangan sangat berhubungan dengan proses akuntansi. Tujuan utama akuntansi adalah menyajikan informasi ekonomi dari suatu kesatuan ekonomi kepada pihak-pihak yang berkepentingan

Pengguna informasi akuntansi adalah :

- a. Investor
- b. Karyawan
- c. Kreditor
- d. Supllier
- e. Pemerintah