

Profil UMK, Permasalahan Dan Upaya Pemberdayaannya

Nanik Risnawati

Institut Manajemen Koperasi Indonesia

nr-istirahayu@yahoo.com

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil (UMK) memiliki peran yang penting dalam perekonomian nasional. Peran dari sektor ini antara lain dalam penciptaan lapangan kerja, sumber pendapatan masyarakat, penyediaan barang jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta sebagai sarana untuk pengembangan SDM melalui praktik berwirausaha. Jumlah pelaku UMK di Kabupaten Sumedang setiap tahunnya terus meningkat. Berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah, jumlah UMKM di Kabupaten Sumedang pada tahun 2013 mencapai 6.872 unit usaha. Peningkatan UMKM ini berkontribusi besar terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Sumedang yang saat ini mencapai 4,69%. Namun demikian UMK masih banyak memiliki kelemahan dalam menjalankan usahanya. Untuk itu dalam melakukan pemberdayaan UMK ini diperlukan perencanaan yang lebih komprehensif dan sistematis yang mampu memfasilitasi UMK dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya. Sehingga sektor ini dapat *survive* dan berkembang, dapat berperan lebih besar dalam perekonomian daerah. Kata kunci : usaha mikro kecil, permasalahan, pemberdayaan

ABSTRACT

Micro Small Enterprises (MSEs) have an important role in the national economy. The roles of this sector include in various work, sources of income, materials services to meet the needs and means to develop human resources through entrepreneurship practices. The number of MSEs in Sumedang District has continued to increase. Based on data from the Cooperative Office of Micro Small and Medium Enterprises, the number of MSMEs in Sumedang Regency in 2013 reached 6,872 business units. This increase in MSMEs contributes greatly to the Economic Growth Rate in Sumedang Regency which currently reaches 4.69%. However, UMK still has many weaknesses in running its business. Therefore, in the empowerment of MSEs here needs a more comprehensive and appropriate planning that is able to facilitate MSEs in solving the problems it faces. This sector can survive and grow, can play a bigger role in the regional climate.

Keywords: Micro Small Business, Problems, Empowerment

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil (UMK) memiliki peran penting dalam perekonomian. Peran sektor ini antara lain dalam penciptaan lapangan kerja, sumber pendapatan masyarakat, penyediaan barang jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta sebagai sarana untuk pengembangan SDM melalui praktik berwirausaha.

Jumlah pelaku UMK di Kabupaten Sumedang terus meningkat. Berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah, UMK di Kabupaten Sumedang pada tahun 2013 mencapai 6.872 unit. Peningkatan UMK ini berkontribusi terhadap laju pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sumedang yang saat ini mencapai 4,69%.

Namun demikian UMK masih memiliki kelemahan dalam menjalankan usahanya. Beberapa kelemahan dan permasalahan UMK tersebut antara lain: keterbatasan modal, kelemahan dalam pemasaran, kelemahan dalam teknis produksi, kelemahan dalam mutu, kelemahan dalam manajemen serta kelemahan dalam akses. Selain itu usaha yang termasuk kategori usaha mikro dan informal seperti Pedagang Kaki Lima (PKL) seringkali menimbulkan permasalahan tersendiri karena dianggap mengganggu tatanan kota, seperti gangguan ketertiban, menimbulkan kemacetan lalu lintas, merusak keindahan, kota menjadi kotor dan tidak sehat akibat membuang sampah sembarangan.

Untuk itu dalam melakukan pemberdayaan UMK ini diperlukan perencanaan yang lebih komprehensif dan sistematis yang mampu memfasilitasi UMK dalam memecahkan masalah yang dihadapinya. Sehingga sektor ini berkembang dan berperan lebih besar dalam perekonomian serta tidak mengganggu ketertiban umum bahkan dapat memperindah kota.

Program pemberdayaan UMK harus dapat memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh UMK. Maka untuk itu proses pemecahan masalah tentunya harus didasarkan kepada data yang akurat, sehingga fasilitasi/program yang dijalankan tepat/sesuai dengan kebutuhan, dengan demikian dapat mencapai tujuan dan sasaran yang diharapkan secara efektif dan efisien.

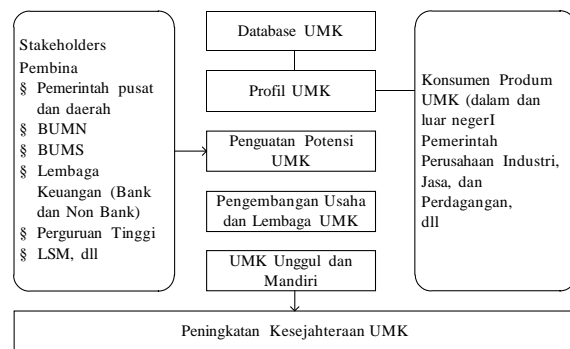
Tujuan Kajian

Tujuan pelaksanaan kajian terhadap Profil UMK, Permasalahan dan Upaya Pemberdayaannya di Kabupaten Sumedang, adalah:

- 1) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan profil umum pelaku UMK di Kabupaten Sumedang.
- 2) Mengetahui dan mendeskripsikan aspek-aspek manajerial UMK, yaitu aspek: pemasaran, produksi/operasi, SDM, dan Keuangan dalam menjalankan usahanya.
- 3) Mengetahui berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku UMK dalam mengakses berbagai sumber permodalan.
- 4) Mengetahui berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku UMK dalam mengakses penguatan pemasaran, jaringan usaha dan penguatan kelembagaan usaha.
- 5) Mengetahui berbagai permasalahan pelaku UMK dalam mentaati berbagai aturan atau kebijakan pemerintah untuk memberi kenyamanan tempat atau lokasi usaha.
- 6) Mengetahui berbagai permasalahan pelaku UMK dalam melengkapi dan mengurus perizinan usaha atau mendapatkan bantuan sertifikasi halal.
- 7) Mengetahui berbagai potensi pengembangan UMK sebagai dasar dalam melakukan pembinaan dan pengembangan *soft skill* melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan atau bimbingan teknis manajerial.

Kerangka Pemikiran

Secara koseptual kerangka pemikiran model pemberdayaan UMK di Kabupaten Sumedang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Pemberdayaan UMK di Kabupaten Sumedang.

Kajian ini dapat menjadi dasar bagi rencana pemberdayaannya di masa mendatang guna mengantisipasi berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku UMK dan sekaligus untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya.

Antisipasi terhadap pemecahan berbagai permasalahan yang dihadapi UMKM selain dapat memberi penguatan terhadap pelaksanaan fungsi-fungsi manajerial usaha kecil seperti memperbaiki kinerja produksi, pemasaran, SDM dan keuangan, juga dapat memberi solusi alternative terhadap pengaturan relokasi usaha dan memperkuat kebersamaan diantara pelaku UMK dalam suatu kelompok komunitas usaha atau kelembagaan. Hal tersebut, ke depannya memungkinkan pula dapat mempermudah pembinaan dan pengembangan UMK guna meningkatkan kesejahteraan para pelaku UMK.

KAJIAN TEORITIS

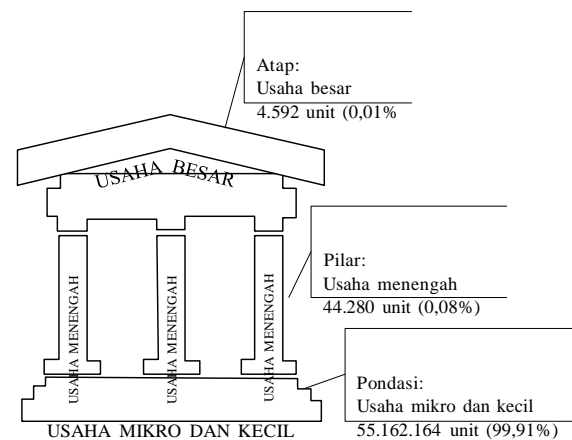
Pran Pelaku UMKM dalam Perekonomian Nasional

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2011) dengan mengacu pada kriteria UU RI No 20 Tahun 2008 tentang UKM, menunjukkan bahwa sebanyak 99,9 persen pelaku ekonomi Indonesia diperankan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dan hanya 0,01 persen yang merupakan pelaku usaha besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa dari sebanyak 55,2 juta unit pelaku usaha di Indonesia, hanya sebanyak 5 ribu unit yang merupakan pelaku usaha besar dengan kriteria asset di atas Rp 10 milyar dan omset per tahun di atas Rp 50 milyar, sedangkan sebagian besarnya merupakan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Apabila diperinci lagi dari 99,9 persen pelaku UMKM, ternyata sebagian besar yaitu 98,82 persen merupakan usaha mikro, dan sebanyak 1,03 persen merupakan usaha kecil, sedangkan jumlah pelaku usaha menengahnya hanya 0,08 persen. Dalam hal ini, berdasarkan UU RI No. 20 tahun 2008 tentang UKM bahwa kriteria pelaku usaha mikro adalah pelaku usaha yang memiliki asset di bawah Rp. 50 juta dan omset per tahun kurang dari Rp. 300 juta. Sedangkan yang termasuk kriteria usaha kecil adalah pelaku usaha yang memiliki asset antara Rp 50 juta sampai Rp. 500 juta dengan omset per tahun antara Rp 300 juta sampai Rp. 2,5 Milyar.

Berdasarkan data komposisi jumlah pelaku UMKM di Indonesia tersebut, menunjukkan bahwa betapa pentingnya peran pelaku UMKM dalam menopang perekonomian Indonesia. Oleh karena itu kebijakan pemerintah dalam melakukan pemberdayaan UMKM merupakan langkah penting dan strategis guna membangun perekonomian nasional. Secara skematis peran penting pelaku

UMKM bagi pembangunan ekonomi di Indonesia dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Model Peran Penting Pelaku UMKM dalam Pembangunan Ekonomi Nasional

Kontribusi Pelaku UMKM dalam Penyerapan tenaga Kerja

Pelaku UMKM di Indonesia berperan sangat penting dalam menyerap angkatan kerja yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional. Hal tersebut terlihat dari sejumlah angkatan kerja sebanyak 118 juta orang pada tahun 2011 sebagian besar yaitu 97,57 persen ditampung oleh kegiatan usaha yang diperankan oleh UMKM, sedangkan sisanya hanya 2,43 persen yang mampu ditampung oleh usaha besar.

Permasalahan UMKM

Peran penting UMKM dalam perekonomian nasional, ternyata dalam realisasinya banyak menghadapi masalah pada setiap fungsi-fungsi perusahaan, sebagaimana yang telah dilakukan oleh para pelaku usaha besar. Berbagai permasalahan UMKM tersebut baik menyangkut penguasaan aspek produksi dan teknologi, pengembangan aspek pasar dan pemasaran, keterbatasan masalah keuangan dan akses ke lembaga-lembaga penyedia sumber keuangan baik bank maupun lembaga non bank, serta kelemahan yang menyangkut aspek penguatan dan pengembangan SDM dalam menyikapi dinamika usaha yang semakin kompetitif.

Hal umum yang banyak dihadapi oleh pelaku UMKM terutama yang terkait dengan aspek pembiayaan dan aspek rendahnya kualitas SDM. Hal tersebut disikapi sebagai masalah yang tidak saja karena rendahnya akses UMKM yang mampu *bankable* akibat terbatasnya kepemilikan legalitas usaha dan tidak dimilikinya jaminan atau *collateral*

yang memadai untuk pengembangan usahanya, juga terutama akibat kurangnya kreativitas dan inovasi yang menunjukkan kualitas SDM UMKM dalam mengoptimalkan potensi yang selama ini dimilikinya.

Secara lebih spesifik keterbatasan UMKM dalam mengakses sumber-sumber pembiayaan bagi pengembangan usahanya, diakibatkan oleh berbagai hal seperti:

- 1) Tidak dimilikinya aspek legalitas usaha yang memadai sesuai dengan tuntutan lembaga penyedia pembiayaan terutama lembaga perbankan.
- 2) Hambatan untuk mengakses kredit karena kurangnya informasi dan edukasi yang memadai.
- 3) Belum berfungsinya lembaga mediasi yang mampu menjembatani optimalisasi potensi UMKM dengan lembaga keuangan.
- 4) Sebaran UMKM yang tidak terjangkau lembaga keuangan.
- 5) Peraturan pemerintah yang belum memihak kepada UMKM.
- 6) Belum adanya karakteristik profil UMKM yang sesuai dengan profil usaha yang dipilih pihak lembaga keuangan.
- 7) Masih terbatasnya program-program pendampingan bagi UMKM dalam memberi penguatan manajemen usahanya.
- 8) Terbatasnya program-program yang mampu memberi penguatan SDM UMKM dalam mengubah *mindset* (pola pikir) pengelolaan usahanya, sehingga mampu mengoptimalkan potensi, kreativitas dan inovasi usahanya untuk menjadi UMKM yang unggul dan mandiri dengan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Untuk penyelesaian masalah UMKM di atas, dipandang perlu para pelaku UMKM lebih intensif mendapatkan pendidikan dan pelatihan serta pendampingan untuk pengembangan kompetensi kewirausahaan UMKM.

Peran, Potensi, dan Permasalahan UMKM di Kabupaten Sumedang

Sebagaimana halnya peran UMKM secara nasional, di Kabupaten Sumedang UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian daerah, antara lain sebagai pencipta lapangan kerja. Pada tahun 2012, UMKM Sumedang mampu menyerap tenaga kerja lebih banyak dibandingkan dengan sektor usaha lainnya. Bermunculannya UMKM dengan berbagai macam bidang usaha baik itu agribisnis, fashion, kerajinan, makanan dan minuman dapat menyerap

pengangguran yang tidak terserap oleh sektor pemerintah dan perusahaan besar yang terbatas jumlahnya.

UMKM di Kabupaten Sumedang dari tahun ke tahun mengalami perkembangan jumlah yang cukup signifikan, Berdasarkan data dari Dinas Perindag Kabupaten Sumedang pada periode 2011-2012 jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 57,48 persen yaitu dari 3.965 unit pada tahun 2011 menjadi 6.898 unit pada tahun 2012. Adapun jika ditinjau dari jenis usahanya, UMKM yang memiliki unit usaha terbesar adalah jenis usaha (1) Makanan dan Minuman; (2) *Handicraft*; (3) Jasa; (4) Agribisnis; (5) *Fashion* dan (6) Manufaktur.

Sektor UMKM telah terbukti tangguh, ketika terjadi Krisis Ekonomi hanya Sektor UMKM yang bertahan. Beberapa alasan mengapa UMKM dapat bertahan di tengah krisis moneter, adalah :

- 1) Sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, maka tingkat pendapatan rata-rata masyarakat tidak banyak berpengaruh kepada permintaan.
- 2) Sebagian besar UMKM tidak mendapat modal dari bank. Implikasinya keterpurukan sektor perbankan dan naiknya suku bunga, tidak banyak mempengaruhi sektor ini.
- 3) UMKM memiliki fleksibilitas dalam berusaha. Dalam hal ini UMKM mudah untuk pindah dari usaha yang satu ke usaha yang lain, hambatan keluar masuk usaha tidak ada.
- 4) Dengan adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan menyebabkan sektor formal banyak memberhentikan pekerja-pekerjanya. Para penganggur tersebut memasuki sektor informal, melakukan kegiatan usaha yang umumnya berskala kecil, akibatnya jumlah UMKM meningkat.

Seperti pada umumnya UMKM di Indonesia, UMKM di Sumedang masih memiliki kelemahan sebagai berikut :

- 1) Kesulitan pemasaran, salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh penguasa UKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik di pasar domestik dari produk-produk yang serupa buatan pengusaha-pengusaha besar dan impor, maupun di pasar ekspor.
- 2) Keterbatasan finansial, UMKM di kabupaten Sumedang menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial antara lain : modal baik modal awal maupun modal kerja) dan finansial jangka

panjang untuk investasi yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang.

- 3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi UMKM di Sumedang, terutama dalam aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, kontrol kualitas, akuntansi, mesin-mesin, organisasi, pemrosesan data, teknik pemasaran dan penelitian pasar. Semua keahlian tersebut sangat diperlukan untuk mempertahankan atau memperbaiki produktifitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru.
- 4) Masalah bahan baku, keterbatasan bahan baku dan input-input lain juga sering menjadi salah satu masalah serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi UMKM di Kab. Sumedang. Terutama selama masa krisis, banyak sentra-sentra usaha kecil dan menengah mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku atau input lain karena harganya dalam rupiah menjadi sangat mahal akibat depresiasi nilai tukar terhadap dolar AS.
- 5) Keterbatasan teknologi, berbeda dengan negara-negara maju, UMKM di Sumedang umumnya masih menggunakan teknologi tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya jumlah produksi dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat serta kesanggupan bagi UMKM Sumedang untuk dapat bersaing di pasar global. Keterbatasan teknologi disebabkan oleh banyak faktor, seperti keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi, dan keterbatasan sumber daya manusia yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru.

Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan UMKM

Kompetensi, yang berasal dari kata *competency*, *competence*. Menurut Webster Dictionary, *competency* adalah: *capacity equal to requirement; adequate fitness or ability; the state of being competent*. Artinya, kompetensi adalah kemampuan yang sesuai dengan tuntutan atau persyaratan, dalam hal ini sebagai wirausaha

Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), yang mensponsori

pengembangan kewirausahaan di Negara-negara sedang berkembang, sejak 1992, melalui *Competency Based Economies through Formation of Entrepreneurship* (CEFE) mengembangkan 10 kompetensi kewirausahaan, yaitu:

- 1) *Opportunity seeking*, pencarian peluang
- 2) *Persistence*, ketekunan dan kegigihan
- 3) *Commitment to work contract*, kesetiaan terhadap kontrak kerja
- 4) *Demand for quality and efficiency*, tuntutan terhadap kualitas dan efisiensi
- 5) *Risk taking*, pengambilan risiko
- 6) *Goal setting*, penetapan tujuan
- 7) *Information seeking*, pencarian informasi
- 8) *Systematic Planning and Monitoring*, perencanaan sistematis dan monitoring
- 9) *Persuasion and Networking*, persuasi dan jaringan usaha
- 10) *Self Confidence*; percaya diri.

Dilihat dari jenis respon yang diberikan wirausaha terhadap lingkungannya, ada tiga jenis kompetensi dan dua yang pertama adalah kemampuan memberikan *respon adaptif* dan *respon kreatif* (lihat Schumpeter dalam Ropke, 2004: 43- 61). Sedangkan yang ketiga dikembangkan Ropke yang menyebutnya dengan *evolutionary response* (kemampuan memberikan *respon evolusioner*). Oleh Ropke, mereka yang memberikan respon adaptif disebut sebagai *tradisionalis*; dan mereka yang memberikan respon kreatif disebut *modernis*, sedangkan yang memberikan *respon evolusioner* disebutnya *competence builder* (pembangun kompetensi).

Selanjutnya, dengan mengutip Schumpeter, Ropke menjelaskan apa yang dimaksud dengan respon adaptif dan kreatif, sebagai berikut:

Whenever an economy react to an increase in population by simply adding the new brains and hands to the working force in the existing employment, or an industry reacts to a protective duty by expansion within its existing practice, we may speak of development as adaptive response. And whenever the economy or industry or some firms in an industry do something else, something that outside of the ring of existing practice, we may speak creative response.

Pendapat di atas menekankan bahwa bila suatu ekonomi bereaksi terhadap bertambahnya penduduk dengan hanya sekedar bertambahnya otak-otak atau tangan-tangan baru ke dalam angkatan kerja yang

ada, atau sebuah industri bereaksi dengan melakukan ekspansi terhadap praktek-praktek yang ada, maka yang dibicarakan adalah respon adaptif. Sebaliknya, ketika ekonomi atau suatu industri atau sejumlah perusahaan melakukan sesuatu yang lain, sesuatu di luar kebiasaan yang ada, maka yang dibicarakan adalah respon kreatif. Respon evolusioner, kemudian bergerak lebih lanjut tidak berhenti di respon kreatif, tapi mereka menciptakan kompetensi, yang memungkinkan kehidupan di dunia yang berbeda atas dasar persepsi yang berbeda pula, yang mengandung makna belajar untuk mengubah diri sendiri (melakukan transformasi) untuk tingkat pembangunan yang lebih baik.

PROFIL UMK, PERMASALAHAN DAN UPAYA PEMBERDAYAANNYA DI KABUPATEN SUMEDANG

Dalam profil ini UMK dikelompokkan ke dalam tiga bidang usaha, yaitu: 1) Industri, 2) Perdagangan dan 3) Jasa. Penggambaran Usaha berdasarkan bidang usaha ini dilakukan, dengan tinjauan per bidang usaha ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas untuk setiap bidang usaha dan dapat melakukan perbandingan kondisi antar bidang usaha tersebut.

Berdasarkan data lapangan dan dari berbagai sumber, diprediksi populasi Usaha UMKM di Kecamatan Sumedang Utara dan Sumedang Selatan berjumlah 687 unit usaha. Dari jumlah tersebut akan disurvei sebanyak 253 unit usaha. Karena yang menjadi pusat perhatian terutama Usaha Mikro yang berlokasi di Pusat Keramaian dan Jalan Utama Kota Sumedang, maka sampel diambil dari lokasi tersebut, dengan tetap memperhatikan keterwakilan bidang usaha, komoditi serta formalitas usaha.

Profil Pelaku UMK

Kecamatan Sumedang Utara dan Sumedang Selatan merupakan dua kecamatan yang berada di wilayah perkotaan Kabupaten Sumedang, dimana sebagian besar penduduk Sumedang bermukim dan beraktivitas di kedua kecamatan tersebut. Hal ini juga berlaku bagi para pelaku bisnis, khususnya pelaku bisnis Mikro. Dimana sebagian besar pelaku bisnis skala mikro memilih kedua kecamatan tersebut sebagai lokasi usahanya. pilihan ini bisa dipahami, tentu para pelaku usaha memilih untuk lebih mendekatkan lokasi usahanya dengan para calon konsumennya.

Pada bidang usaha industri, perdagangan maupun jasa, komoditi/produk yang diusahakan

macamnya cukup banyak. Untuk bidang usaha industri, meliputi : komoditi usaha pangan seperti, baso, bubur ayam, martabak, dan tahu serta komoditi non pangan seperti: pembuatan stempel, lampu, plat nomor dan pigura. Bidang Usaha Perdagangan, meliputi : Komoditi Usaha pangan seperti : tahu, buah-buahan dan minuman serta Komoditi Usaha Non Pangan antara lain; cincin, asesoris sepeda motor dan kelontongan. Adapun untuk Bidang Usaha Jasa, komoditi yang diusahakan seluruhnya komoditi non pangan seperti : jasa tambal ban, sol sepatu, jasa menjahit, salon, laundry dan perbaikan jok motor.

Demografi pelaku UMK di wilayah kajian

Dalam demografi ini disajikan tentang usia kerja, tingkat pendidikan serta pengalaman berusaha. Hal ini dianggap penting untuk diketahui karena diduga akan menjadi potensi ataupun kelemahan yang akan mempengaruhi kinerja usaha.

1) Usia Kerja Pelaku UMK

Informasi mengenai usia pelaku UMK ini penting, karena usia bisa berpengaruh terhadap produktivitas dan bisa juga berpengaruh terhadap kreativitas. Usia juga dapat mengindikasikan pengalaman. Usia kerja Pelaku UMK dikelompokkan menjadi tiga kelompok usia, yaitu di bawah usia kerja, usia kerja dan usia lanjut.

Berdasarkan data lapangan dapat diketahui bahwa pelaku UMK rata-rata berada pada usia kerja yaitu sebanyak 83,77 persen. Sedangkan yang berada pada usia lanjut, yaitu sudah berusia di atas 55 tahun sebanyak 16 persen dan yang masih di bawah usia kerja sebesar 0,23 persen.

Dari struktur usia pelaku UMK, maka dapat dikatakan cukup baik artinya sebagian besar Pelaku UMK ada pada rentang usia produktif. Namun demikian tidak dapat diabaikan pula, ada sebagian pelaku yang sudah mulai memasuki usia lanjut. Pada tingkat usia ini produktivitasnya mulai menurun, dan timbulnya masalah yang disebabkan karena usia tua, seperti tenaga mulai berkurang, cepat capai dan mudah terkena sakit. Kemudian adanya pelaku UMK di bawah usia kerja mengindikasikan adanya pelaku yang masih usia sekolah yang seharusnya fokus untuk sekolah tetapi sudah bekerja.

2) Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan Pelaku UMK dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi.

Berdasarkan hasil kajian dapat dijelaskan bahwa baik pada bidang usaha industri, perdagangan, maupun jasa tingkat pendidikan para pelaku UMK pada umumnya (95,65 persen) berpendidikan dasar dan menengah. Hanya sedikit saja (kurang dari lima persen yang mencapai pendidikan tinggi).

Tingkat pendidikan ini penting untuk dicermati, karena dapat berpengaruh kepada pola berpikir dalam menjalankan usahanya. Pelaku UMK dengan pendidikan yang lebih tinggi mestinya lebih baik manajemennya dan lebih mampu dalam mengembangkan usahanya. Meskipun demikian terdapat juga fakta lebih banyak pelaku UMK yang berkembang justru pada tingkat pendidikan menengah.

Dengan komposisi tingkat pendidikan di atas menunjukkan bahwa berdasarkan tingkat pendidikan, potensi UMK di Wilayah Perkotaan Sumedang sebenarnya cukup baik. Dengan tingkat pendidikan menengah, maka bila diberikan “*treatment*” pembinaan yang tepat, dapat diharapkan UMK dapat berkembang.

3) Pengalaman Berusaha

Tinjauan tentang pengalaman berusaha UMK diperlukan karena pengalaman berusaha akan memberikan pengaruh terhadap pengetahuan dan keahlian dalam menjalankan usahanya. Selain itu pengalaman berusaha juga akan mencerminkan tentang komitmen dan daya tahan usahanya.

Berdasarkan hasil kajian dapat diketahui bahwa pada umumnya para pelaku UMK telah melakukan usaha lebih dari tiga tahun bahkan lebih dari 10 tahun. Hal ini menunjukkan seharusnya usaha mereka sudah cukup “dewasa” artinya mereka telah memiliki pengalaman usaha yang relatif cukup lama. Tentunya telah mengalami liku-liku dan tantangan berusaha. Pada usaha yang telah melewati usia lebih dari 10 tahun seharusnya sudah cukup mapan dan berkembang. Namun kenyataannya justru banyak UMK yang meskipun telah melakukan usaha bertahun-tahun bahkan lebih dari 10 tahun usahanya tetap kecil dan tidak berkembang. Biasanya hal ini terjadi terutama karena adanya kelemahan dalam kewirausahaan. Bagi UMK yang usia usahanya masih di bawah tiga tahun menunjukkan usianya masih sangat muda, masih ada pada kategori *start up business*. Pada usia di bawah tiga tahun ini, juga kendalanya agak sulit untuk akses ke perbankan, karena dianggap belum teruji atau belum cukup *track record* - nya.

Komoditi yang diusahakan

Komoditi yang diusahakan oleh pelaku UMK baik pada bidang usaha industri, perdagangan maupun jasa dapat dikelompokkan menjadi komoditi pangan dan non pangan. Para pelaku UMK ada yang mengusahakan komoditi pangan saja, ada yang non pangan saja, namun ada juga yang mengusahakan pangan dan non pangan.

Berdasarkan hasil kajian didapat data, bahwa komoditi yang diusahakan oleh sebagian besar pelaku UMK, baik pada bidang usaha industri maupun perdagangan adalah usaha pangan yaitu mencapai lebih dari 95 persen. Namun untuk bidang usaha jasa seluruhnya mengusahakan komoditi non pangan.

Lokasi usaha

Menentukan atau memilih lokasi usaha merupakan salah satu unsur yang penting untuk menjalankan bisnis. Karena lokasi yang tepat akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk perusahaan. Hal ini menjadi lebih penting terutama jika bisnisnya adalah bisnis retail / usaha eceran. Bisnis retail adalah usaha yang sebagian besar konsumennya adalah konsumen akhir. Sehingga kemudahan menjangkau lokasi usaha menjadi hal yang penting bagi konsumen.

Para pelaku usaha UMK dalam melakukan kegiatan usahanya, ada yang sudah menggunakan tempat usaha yang sifatnya menetap / tidak berpindah-pindah. Tetapi ada juga beberapa pelaku UMK yang masih menggunakan tempat usaha yang tidak menetap atau berpindah-pindah atau menjadi pedagang keliling.

Secara umum komposisi jumlah pelaku UMK yang menetap sudah lebih dari 80 persen. Tempat usaha ini bisa berupa warung, toko, ataupun rumah yang dijadikan tempat usaha, tetapi bisa juga tempat usaha berupa gerobak usaha yang berjualan di halaman toko, warung, rumah ataupun trotoar jalan dan tidak berpindah-pindah. Sedangkan pelaku UMK yang memilih berjualan keliling atau menggunakan lokasi usaha yang tidak menetap hanya sebanyak 19,4 persen pelaku usaha.

Salah satu bagian penting dari sebuah bisnis adalah adanya kepastian tempat usaha, dimana legalitas tempat usaha ditunjukkan dengan dimilikinya Surat Ijin Tempat Usaha (SITU). Dengan adanya Surat Ijin Tempat Usaha tersebut, maka para pelaku usaha akan bisa berbisnis dengan lebih tenang. Hanya saja para pelaku UMK di Sumedang ternyata

baru 14,62 persen yang sudah memiliki Surat Ijin Tempat Usaha.

Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku UMK ini masih berhadapan dengan ketidakpastian tentang lokasi usaha, dimana setiap saat mereka harus siap untuk pindah lokasi usaha mengingat ketiadaan ijin tempat usaha yang saat ini ditempati.

Hal-hal yang dikemukakan dengan masih banyaknya pelaku UMK yang belum memiliki Ijin Tempat usaha ini diantaranya adalah 1) tidak tahu cara mengurus surat ijin, 2) tanpa surat ijin tempat usahapun, mereka merasa masih bisa berbisnis di lokasi tersebut, 3) tidak memiliki biaya untuk mengurus ijin tempat usaha, 4) belum mempunyai tempat usaha yang menetap.

Jika dilihat dari status kepemilikan tempat usaha, dapat diketahui masih sedikit pelaku usaha mikro yang memiliki tempat usaha dengan status kepemilikan yang jelas (HM, HGB dan Sewa) hanya dimiliki oleh 32,81 persen pelaku usaha mikro. Sementara sisanya hanya mempunyai tempat usaha dengan status lain-lain dalam arti hanya menumpang seperti di trotoar, di halaman, di pinggir jalan, atau berjualan keliling. Mereka inilah yang sering dianggap sebagai pelaku usaha yang mengganggu ketertiban umum, karena menggunakan tempat usaha yang tidak sesuai dengan peruntukannya. Tetapi karena belum mempunyai pilihan lain sebagai lokasi usaha yang dianggap strategis dan sesuai dengan kemampuan membayarnya, maka para pelaku usaha tersebut tetap bertahan menempati lokasi usaha yang hanya berstatus menumpang tersebut. Namun demikian mereka tetap membayar biaya retribusi yang biasa disebut sebagai biaya keamanan.

Kelengkapan Perijinan

Kelengkapan perijinan diperlukan biasanya antara lain untuk akses ke perbankan, atau sebagai persyaratan untuk menjalin kerjasama dalam rangka pemasaran atau keperluan bisnis lainnya dengan pihak-pihak tertentu. Ketiadaan perijinan dapat menghambat pengembangan usaha, oleh karena itu bagi UMK yang ingin berkembang lebih lanjut sebaiknya dapat melengkapi perijinan usahanya.

Berdasarkan survey lapangan diketahui bahwa sedikit UMK yang sudah memiliki ijin usaha. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya sebagian besar mereka menganggap belum membutuhkan, alasan yang lain karena diperlukan biaya untuk pengurusannya. Ijin usaha yang paling banyak dimiliki pada seluruh bidang usaha adalah SKU, itupun masih sangat sedikit (kurang dari 20 persen).

Sertifikasi

Salah satu isu penting dalam bisnis sekarang ini adalah standardisasi. Produk maupun proses produksi dituntut untuk memenuhi standar tertentu. Sebagai bukti bahwa suatu produk atau proses telah memenuhi standar tertentu adalah adanya sertifikasi. Kepemilikan sertifikat tertentu dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memasuki sasaran pasarnya. Dengan demikian ketiadaan sertifikat akan membatasi pemasaran perusahaan. Contoh untuk makanan dan minuman untuk memasuki pasar modern biasanya harus memiliki PIRT, dan bahkan label halal.

Dari hasil survai dapat diketahui bahwa baru 0,68 % UMK saja yang sudah memiliki sertifikasi usaha yaitu berupa PIRT. Sedangkan yang lainnya (99,32 %) sama sekali belum memiliki sertifikasi apapun.

Pendapatan

Pendapatan UMK tentunya merupakan hal yang paling penting untuk ditinjau, karena pendapatan merupakan ukuran untuk melihat kelayakan dan kesejahteraan ekonomi UMK. Dalam profil ini untuk melihat pendapatan yang diperoleh layak atau tidak diperbandingkan dengan Upah Minimum Kabupaten (UMKab).

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa UMK yang pendapatannya di atas UMKab, paling besar persentasenya (52,57 persen) adalah UMK bidang usaha industri, sedangkan UMK pada bidang usaha perdagangan yang telah memperoleh pendapatan di atas UMKab hanya 16,21 persen. Persentase paling kecil dalam perolehan pendapatan UMK di atas UMKab adalah bidang usaha jasa yaitu hanya 10,67 persen.

Tabel 1. Perbandingan Pendapatan dan Jumlah Tanggungan Pelaku UMK Berdasarkan Persentase dari Total Sampel Keseluruhan Bidang usaha

No	Bidang	Pendapatan	Rata-rata Pendapatan	Jumlah UMK	%	Rata-rata Jumlah Tanggungan
1	Industri	Di bawah UMKab	705.000	15	5,93	3,00
		Di atas UMKab	3.867.842	133	52,57	2,82
2	Perdagangan	Di bawah UMKab	681.638	30	11,86	2,38
		Di atas UMKab	1.956.098	41	16,21	2,50
2	Jasa	Di bawah UMKab	617.143	7	2,77	2,32
		Di atas UMK	3.607.593	27	10,67	1,40
JUMLAH				253	100,00	

Profil Manajerial Pelaku UMK

Bagian ini menggambarkan bagaimana pelaku UMK mengelola fungsi-fungsi bisnisnya, dalam hal ini : fungsi pemasaran, produksi dan operasi, SDM dan Keuangan.

Manajemen pemasaran

Manajemen Pemasaran merupakan fungsi yang sangat penting yang akan menentukan keberhasilan usaha. Dari pemasaran inilah perusahaan memperoleh omzet penjualan, yang selanjutnya setelah dikurangi biaya akan diperoleh keuntungan. Jadi jika pemasaran tidak jalan maka tidak ada penjualan dan sudah tentu tidak akan ada keuntungan.

Pemasaran adalah fungsi bisnis yang berkaitan langsung dengan upaya-upaya meraih pasar. Upaya-upaya meraih pasar akan lebih efektif jika, pertama pasarnya jelas dan potensial. Untuk itulah maka perusahaan harus menentukan sasaran pasarnya dengan jelas. Dengan sasaran pasar yang jelas maka upaya pemasaran arahnya akan jelas, ibarat menembak bidikannya jelas. Sasaran pasar ditentukan berdasarkan daya tarik pasar dan kemampuan perusahaan untuk memasukinya. Pasar yang menarik adalah pasar yang prospektif/potensial, yaitu pasar yang permintaannya cukup besar, pasarnya tumbuh, daya belinya cukup baik serta persaingannya ringan. Yang kedua agar efektif untuk meraih pasar, perusahaan harus memiliki strategi atau cara untuk meraihnya. Untuk itu minimal ada empat variabel yang harus dikelola oleh perusahaan untuk meraih pasar tersebut, yaitu *Product, Price, Place, Promotion* (4P). Keempat variabel ini sering disebut bauran pemasaran. Jadi UMK harus memiliki strategi 4P yang tepat, sehingga mampu meraih pembeli sekaligus mampu bersaing di pasar.

1) Pasar Sasaran dan Wilayah Pemasaran

Setiap perusahaan termasuk UMK tentunya membutuhkan pasar. Oleh karena itu perusahaan akan berusaha untuk bisa dekat dengan pasar atau bisa mengakses pasar dengan sebaik-baiknya.

UMK di wilayah kajian yang sebagian besar usaha mikro yang termasuk kategori Pedagang Kaki Lima (PKL), pada umumnya berusaha untuk sedekat mungkin dekat dengan pusat-pusat keramaian, walaupun seringkali harus melanggar aturan atau mengganggu ketertiban umum. Hal ini dilakukan semata-mata naluri pemasaran pelaku untuk berusaha mendekati pasar sasarannya. Dari sisi pemasaran hal ini benar tetapi masalahnya dapat mengganggu pihak lain. Dengan demikian diperlukan aturan dan penegakan peraturan oleh pihak yang berwenang, dengan tetap memberikan kesempatan kepada UMK untuk dapat meraih pasar yang memadai.

Oleh karena sasaran pasarnya adalah orang-orang yang berada tidak jauh dari tempat usahanya ditambah lagi pada umumnya produk-produk mereka ini bukan “produk yang istimewa” yaitu produk yang unggul dan sangat diminati, maka mereka tidak bisa jauh dari sasaran pasarnya tersebut. Karena kalau jauh mungkin jarang ada orang yang bersedia datang semata-mata hanya untuk membeli produk UMK tersebut.

2) Persaingan Usaha

Para pelaku UMK khususnya di lokasi kajian dengan jumlah populasi yang diperkirakan sebanyak 687 pelaku usaha, menjalankan bisnis dengan jenis usaha yang sangat beragam, demikian juga dengan komoditi yang dikelolanya sangat bervariasi. Meskipun demikian beberapa

pelaku usaha menjalankan usaha yang sejenis, dalam arti bersaing satu sama lain.

3) Produk

Produk, baik berupa barang maupun jasa adalah segala sesuatu yang ditawarkan pelaku usaha kepada para konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang juga disertai pelayanan inilah yang kemudian dinilai oleh konsumen, untuk disesuaikan dengan harapannya. Jika konsumen merasa puas dengan apa yang ditawarkan pengusaha, maka konsumen tersebut biasanya akan menjadi pelanggan yang loyal. Tetapi jika tidak sesuai harapan konsumen, maka ada kecenderungan konsumen akan meninggalkan produk tersebut dan beralih pada produk pesaing. Oleh karena itu produsen ataupun pelaku usaha biasanya berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara berusaha menghasilkan produk berkualitas, dan atau produk yang bervariasi, agar konsumen mempunyai banyak pilihan dan dapat terpuaskan.

Berdasarkan kajian lapangan, dapat diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha Industri yaitu sebanyak 79,05 persen menyediakan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya dengan jenis atau variasi produk yang jumlahnya terbatas. Dalam hal ini hanya kurang dari 5 item produk yang disediakan oleh pengusaha. Hal ini menunjukkan sedikitnya pilihan yang bisa dibeli konsumen dari pelaku usaha Mikro.

Jika diperbandingkan, pengusaha perdagangan merupakan pelaku usaha yang menyediakan produk yang variasinya paling banyak, baru diikuti oleh pelaku Industri kemudian pengusaha jasa. Hal ini bisa dipahami, mengingat pengusaha industri manufaktur dan jasa untuk dapat menyediakan produk bagi para konsumen, mereka harus memproduksinya terlebih dahulu, dalam arti membutuhkan waktu yang relatif lebih lama dibandingkan dengan pengusaha bidang perdagangan. Sehingga tidak mudah untuk dapat menyediakan sejumlah produk yang banyak jenisnya. Sementara bagi para pedagang, untuk dapat menyediakan produk yang bervariasi, tinggal mengumpulkannya dari para supplier dan tidak perlu memproduksi sendiri. Selain jenis produk yang disediakan usaha mikro tidak terlalu bervariasi, juga pada umumnya produk-produknya juga hanya standar saja dan mudah ditiru.

4) Penetapan Harga

Harga merupakan variabel pemasaran yang langsung berkaitan dengan pendapatan, karena harga dikalikan dengan kuantitas yang dijual akan diperoleh pendapatan. Penentuan harga yang tepat sangat penting, karena harga merupakan salah satu faktor pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Sementara dari sisi produsen/penjual harga berarti harus menutupi biaya dan harus memberikan keuntungan. Penetapan harga yang baik dapat meningkatkan penjualan, mempertahankan dan memperbaiki bagian pasar, mencapai laba maksimum dan mencapai target pengembalian investasi. Dalam penetapan harga prinsipnya harus menutupi biaya, terdapat margin keuntungan yang diharapkan dan sesuai dengan daya beli/kesediaan membeli konsumen.

Berdasarkan tingkat harga yang ditetapkan para pelaku UMK, dapat diketahui bahwa lebih dari 66 persen UMK dalam menetapkan harga penjualannya sama dengan harga yang ditetapkan pelaku lainnya atau para pesaingnya, sedangkan yang menetapkan harga di bawah pesaingnya kurang dari 11 persen, dan yang menetapkan harga di atas pesaingnya berkisar antara 1,3 persen sampai dengan 7,1 persen. Adapun sisanya rata-rata 16,9 persen para pelaku UMK di Kabupaten Sumedang tidak mengetahui strategi penetapan harga dibandingkan harga para pesaingnya atau karena merasa tidak memiliki pesaing.

5) Distribusi Pemasaran

Distribusi pemasaran produk merupakan saluran pemasaran yang digunakan oleh para pelaku UMK untuk menyalurkan produknya sampai ke konsumen akhir. Secara umum distribusi pemasaran produk dapat dilakukan baik secara langsung tanpa melalui perantara ataupun tidak langsung dengan menggunakan perantara dagang lainnya.

Berdasarkan hasil kajian, hampir semua (98 persen) pelaku UMK melakukan sistem distribusi pemasaran secara langsung, dan hanya sedikit yang melakukan sistem distribusi tidak langsung.

6) Promosi

Promosi dalam pemasaran pada dasarnya adalah kegiatan untuk berkomunikasi dengan pasar/konsumen. Melalui kegiatan promosi perusahaan menginformasikan tentang perusahaan, produknya, harga, cara pembelian dan hal-hal lain yang diperlukan. Melalui kegiatan

promosi ini juga, perusahaan mengingatkan para pelanggannya dan “membujuk” agar tertarik untuk selalu membeli produk-produknya.

Berdasarkan survey lapangan, kita diketahui secara keseluruhan untuk semua bidang usaha, promosi yang paling banyak digunakan adalah iklan dan *personal selling*. Iklan yang dilakukan pada umumnya masih sederhana dan terbatas, yaitu hanya berupa papan nama, penulisan nama perusahaan dan produk pada gerobak, spanduk dan banner. Sedangkan *personal selling* yang dimaksud hanya berupa “teriakan” untuk menawarkan produk terutama untuk UMK yang tidak menetap (menjajakan dagangan dengan cara keliling).

Manajemen produksi dan operasi

Manajemen Produksi dan Operasi merupakan salah satu fungsi bisnis yang perlu mendapat perhatian serius. Karena dari kegiatan proses produksi inilah kualitas produk akan ditentukan.

Dari sisi sumberdaya manusia yang melakukan proses produksi dan operasi untuk menghasilkan produk baik berupa barang maupun jasa, dalam sebagian besar UMK, memang tidak terlalu membutuhkan tenaga kerja yang berkeahlian khusus dan metode kerjanya juga relatif sederhana.

Berdasar hasil kajian dapat dijelaskan bahwa dari keseluruhan bidang usaha yang dikerjakan UMK, sebagian besar yaitu sebanyak 66,67 persen UMK melakukan kegiatan produksi dan operasinya menggunakan tenaga manusia (manual), kemudian diikuti oleh 29,69 persen pelaku UMK yang sudah menggunakan teknologi sederhana dan hanya 3,64 persen saja UMK yang menggunakan mesin otomatis. Oleh karenanya tidaklah mengherankan jika produk yang dihasilkan pelaku UMK belum mempunyai standar mutu yang bagus, karena masih dikerjakan secara manual.

Manajemen sumber daya manusia

Pelaku usaha skala mikro memang sebagian besar merupakan pelaku tunggal dalam bisnisnya, dalam arti semua dilakukan sendiri, mulai dari melakukan proses produksi, memasarkan, mengatur keuangan dan menjalankan seluruh keperluan bisnisnya. Sebagai akibat dari seluruh aktivitas dilakukan sendiri oleh pemiliknya, maka beberapa kendala dalam sumberdaya manusia dialami oleh pelaku usaha skala mikro, diantaranya kelelahan sehingga tidak bisa berproduksi dengan kualitas produk yang baik.

1) Jumlah Tenaga Kerja

hampir seluruh pelaku usaha mikro jumlah tenaga kerja yang bekerja dalam bisnisnya di bawah lima orang (dengan rata-rata dua orang) yaitu 99,2 persen pelaku bisnis. Sedangkan yang mempekerjakan karyawan lebih dari lima orang hanya satu persen pelaku bisnis saja. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah pelaku usaha dalam bidang industri, terutama industri pengolahan makanan, yaitu tahu, soto bandung dan sate kambing.

2) Sistem Pengupahan

Dampak lain dari para pengusaha mikro sebagai pelaku tunggal dalam bisnisnya, adalah para pelaku usaha mikro tidak menentukan gaji/upah untuk dirinya sendiri. Kalaupun ada yang membantu usahanya, biasanya pekerja tersebut berasal dari keluarga sendiri, seperti istri atau anak, sehingga juga tidak diberikan gaji/upah secara khusus.

Sebagian besar pelaku usaha Mikro (83,0 persen) tidak memberikan gaji/upah pada tenaga kerja yang terlibat dalam bisnisnya. Dan hanya 17,0 persen pelaku bisnis mikro yang memberikan gaji pada karyawannya, dengan sistem penggajian yang bervariasi, yaitu ada yang digaji secara borongan berdasarkan hasil dan bidang pekerjaannya sebanyak 4,7 persen, atau ada juga yang digaji secara bulanan sebanyak 5,5 persen dan yang diberikan gaji secara harian dilakukan oleh 6,7 persen pelaku usaha.

Pelaku usaha yang menggaji karyawannya secara borongan diantaranya pengusaha Tahu, dan pengrajin sangkar burung. Sedangkan yang memberikan gaji secara harian misalnya pengusaha dengan komoditi seperti nasi goreng, gehu, ayam goreng, dan lain-lain. Sementara yang memberikan gaji secara bulanan diantaranya adalah usaha pembuatan spanduk, usaha empal gentong, dan lain-lain.

3) Standar Pengupahan

Meskipun sebagian besar pelaku usaha mikro tidak memberikan gaji, karena yang bekerja adalah dirinya sendiri dan keluarganya, tetapi dari beberapa pelaku yang sudah melibatkan orang lain dalam bisnisnya menggaji karyawannya dengan besaran gaji/upah yang tidak terlalu besar (masih di bawah UMK). Hal ini bisa dipahami mengingat usaha yang dikelolanya memang masih skala mikro, dan belum menghasilkan keuntungan yang besar.

Dengan menggunakan standar Upah Minimum Kabupaten Sumedang (UMK) Rp. 1.155.000,- per bulan, maka besarnya gaji/upah karyawan yang bekerja pada usaha mikro dapat dijelaskan bahwa dari 17 persen pelaku usaha mikro yang memberikan upah pada karyawannya, sebanyak 10,7 persen diantaranya memberikan upah masih di bawah UMK dan hanya 6,3 persen pelaku usaha yang telah memberikan upah pada para pegawainya dengan nilai di atas UMK.

Manajemen keuangan

Manajemen keuangan diartikan sebagai manajemen dana baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana untuk pembiayaan investasi atau pembelanjaan secara efisien. Dalam profil ini digambarkan mengenai sumber dan besarnya modal yang dimiliki UMKM serta administrasi keuangan yang dilakukan oleh UMKM.

1) Jumlah Penggunaan, Sumber Modal dan Pencatatan Keuangan

Ada beberapa alternatif sumber modal, antara lain berasal dari modal sendiri atau dari pinjaman. Sumber pinjaman pun terdiri dari beberapa alternatif lagi, antara lain dari pinjaman dari lembaga keuangan formal atau informal.

Berdasarkan survey dapat diketahui bahwa untuk bidang usaha industri sebagian besar (47,97 persen) UMK memiliki modal kurang dari Rp 3.000.000. Pada usaha perdagangan persentase kepemilikan modal di bawah Rp 3.000.000 lebih besar lagi yaitu mencapai 53,52 persen. Yang menarik adalah pada bidang usaha jasa. Pada bidang usaha ini presentase kepemilikan modal yang paling besar adalah pada skala yang tertinggi (di atas Rp 6.000.000) yaitu mencapai 50 persen.

Sebagian besar modal yang digunakan oleh UMK adalah modal sendiri. Bila dilihat per bidang usaha, pada bidang usaha industri presentase penggunaan modal sendiri adalah yang paling besar dibandingkan dengan bidang usaha lainnya. Selain itu terdapat juga UMK yang menggunakan baik modal sendiri maupun modal pinjaman. Persentase yang menggunakan kombinasi modal sendiri dan pinjaman yang paling besar adalah pada bidang usaha jasa.

Dengan demikian bila dilihat dari struktur sumber permodalan sebagian besar dapat dikatakan relatif bagus dalam arti persentase penggunaan modal sendirinya lebih besar dibandingkan dengan penggunaan pinjaman.

Di sisi lain, hal ini mengindikasikan adanya masalah, yaitu adanya kelemahan UMK untuk dapat mengakses sumber-sumber pembiayaan khususnya dari perbankan, akibat UMK tidak *bankable* (tidak dapat memenuhi persyaratan kredit perbankan). Khususnya untuk Kesuma ada juga keluhan dari UMK yang menyatakan bahwa plafond kredit terlalu kecil, sehingga tidak mencukupi kebutuhan.

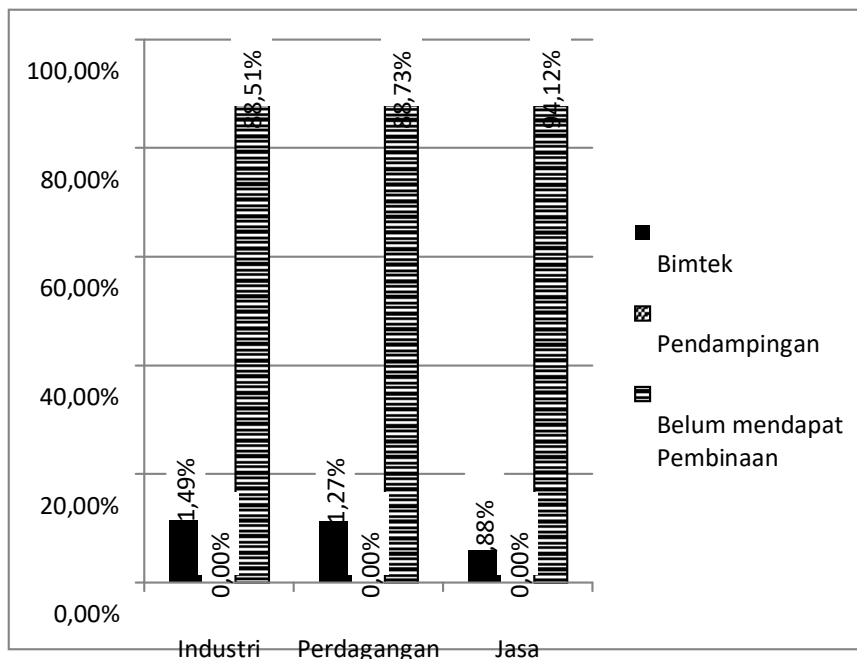
Pencatatan keuangan penting bagi perusahaan, karena pencatatan yang baik membantu dalam pengelolaan usaha. Dengan adanya pencatatan dapat memberikan informasi yang cukup tentang kegiatan usaha perusahaan yang dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi mengenai kondisi keuangan perusahaan untuk disikapi selanjutnya. Selain itu pencatatan yang baik dan sistematis akan sangat berguna jika para pengusaha membutuhkan penambahan modal.

Namun demikian umumnya usaha mikro sangat jarang yang melaksanakan pencatatan keuangan. Terlihat bahwa pelaku UMK yang sudah mempunyai pencatatan keuangan hanya kurang dari 29%, itupun hanya pencatatan sederhana. Hal ini disebabkan beberapa faktor antara lain: pencatatan keuangan belum dianggap perlu, malas untuk melakukannya, tidak ada waktu/tidak ada yang mengerjakan, tidak memiliki pengetahuan untuk mengerjakannya.

Pembinaan UMK

Pelaksanaan dan harapan pembinaan

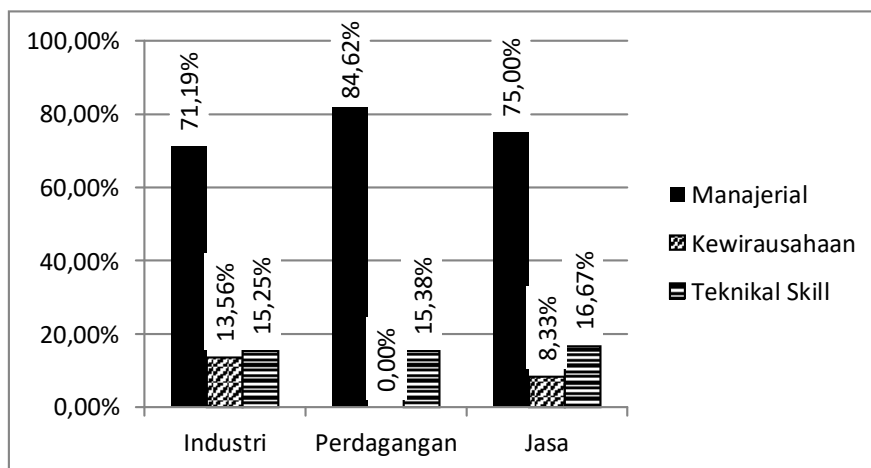
Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif saat ini, diharapkan pelaku UMK akan mampu bertahan dan bahkan dapat berkembang. Disisi lain UMK sendiri masih menghadapi sejumlah permasalahan dalam menjalankan usahanya. Oleh karenanya pembinaan dari instansi terkait dalam bentuk bimbingan teknis, pendampingan dan pelatihan sangat diperlukan oleh pelaku UMK. Berikut ini adalah gambaran bentuk pembinaan yang pernah di rasakan oleh pelaku UMK di Wilayah Perkotaan Sumedang.



Gambar 3. Pelaksanaan Pembinaan Pelaku UMK

Seperti disajikan pada gambar di atas, bahwa dari seluruh pelaku UMK hanya 10,67 persen yang menyatakan pernah mendapatkan pembinaan dalam bentuk bimbingan teknis; sedangkan sebagian besar

lainnya yaitu 89,33 persen mengatakan merasa belum pernah mendapat pembinaan dari instansi terkait.



Gambar 4. Harapan Pembinaan Pelaku UMK

Hasil kajian lebih lanjut, berdasarkan Gambar di atas dapat diketahui pula harapan para pelaku UMK untuk mendapatkan pembinaan ke depan. Dari seluruh pelaku UMK terdapat 28,85 persen yang menghendaki diberikan bimbingan dengan substansi bidang manajerial baik berupa penguatan aspek pemasaran, produksi dan keuangan. Hal ini diharapkan oleh pelaku UMK baik bidang Industri, Perdagangan maupun Jasa. Sedangkan pembinaan bidang Kewirausahaan diharapkan oleh 3,56 persen

pelaku UMK, serta substansi pembinaan di bidang keterampilan teknis diharapkan oleh sebanyak 5,93 persen.

Pembinaan dalam bidang manajerial, aspek pemasaran yang diharapkan oleh Pelaku UMK diantaranya adalah bantuan promosi, cara pelayanan yang baik, cara memperluas pasar dll. Sedangkan pembinaan aspek produksi yang banyak diharapkan adalah pelatihan teknis, seperti teknis perbengkelan, teknis memasak, teknis menjahit, teknis pembuatan

stempel yang lebih modern, teknis listrik, cara mendesain pakaian, pengetahuan kuliner, teknis membuat baso yang enak dan higienis dll. Pada aspek keuangan, pembinaan yang diharapkan diantaranya berupa bantuan permodalan, dan pembuatan administrasi keuangan. Selain pembinaan bidang manajerial, mereka juga mengharapkan pembinaan yang lebih menyeluruh yaitu bagaimana cara mengembangkan usahanya atau bidang kewirausahaan.

Bila dilihat dari formalitas usahanya, maka UMK informal memerlukan pembinaan yang lebih banyak dibandingkan dengan UMK formal. Hal ini wajar karena bagaimanapun UMK informal lebih lemah dalam berbagai aspek dibandingkan dengan UMK formal. Selain itu justru UMK informal lebih banyak yang belum tersentuh pembinaan dibandingkan dengan UMK formal. Hal ini dimungkinkan bisa jadi pembinaan terhadap UMK informal relatif lebih sulit dibandingkan dengan pembinaan UMK formal. Contoh fasilitas pinjaman akan lebih sulit diakses oleh UMK informal, karena mereka tidak dapat memenuhi persyaratan. Demikian juga fasilitas pelatihan akan lebih sulit untuk diikuti UMK informal, karena mereka *one man show* dalam menjalankan usahanya. Sehingga bila mereka harus mengikuti pelatihan, maka usaha mereka sementara harus berhenti.

Potensi dan Permasalahan UMK

Berdasarkan penjelasan tentang kondisi UMK dari berbagai faktor dan variabel di atas, maka dapat diidentifikasi faktor-faktor yang mendukung untuk pengembangan UMK dan faktor-faktor yang menghambat kemajuan UMK. Faktor-faktor tersebut bersumber pada kondisi internal UMK dan kondisi eksternal yang memberikan pengaruh positif atau negatif.

Potensi UMK

Potensi UMK adalah faktor-faktor internal yang ada pada UMK yang dapat mendukung pengembangan UMK. Berdasarkan hasil kajian lapangan, saat ini yang menjadi potensi UMK adalah SDM. Sedangkan faktor-faktor lainnya masih merupakan kelemahan.

Jumlah pelaku UMK di wilayah perkotaan Sumedang relatif besar, diperkirakan sebanyak 687 orang. Secara kuantitatif jumlah tersebut merupakan potensi yang cukup besar. Apabila produktivitasnya dapat dioptimalkan akan menghasilkan output (barang/jasa) dalam jumlah besar, sehingga dapat menjadi sumber pendapatan masyarakat. Selanjutnya

secara kualitatif pelaku UMK tersebut dilihat dari tingkat pendidikannya relatif baik, yaitu pada umumnya berpendidikan menengah dan tinggi. Dilhat dari pengalaman usahanya, pada umumnya pelaku UMK memiliki pengalaman usaha yang cukup lama (lebih dari 3 tahun). Dari sisi usia sebagian besar pelaku UMK berada pada usia produktif.

Persentase tingkat pendidikan menengah yang cukup besar dianggap merupakan potensi bagi pengembangan UMK karena pelaku UMK telah memiliki pengetahuan dan kerangka berpikir yang cukup baik, sehingga mudah menerima *treatment* pembinaan sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu dengan penguatan dukungan sumberdaya ekonomi, maka UMK ini dapat berkembang menjadi lebih baik.

Pengalaman UMK yang cukup lama, memberikan pengetahuan dan keterampilan praktik bisnis yang dapat menjadi modal dasar untuk berkembang lebih baik. Pengalaman usaha yang cukup lama juga menunjukkan bahwa usaha yang dijalani tersebut sudah menjadi pilihan hidupnya dan membuktikan bahwa mereka sudah teruji bisa bertahan dalam menjalankan bisnisnya.

Pelaku UMK pada usia produktif diharapkan akan memberikan produktivitas yang lebih baik. Pada tingkat usia tersebut memungkinkan untuk bisa berkembang, karena mereka masih memiliki semangat dan energy yang tinggi.

Potensi eksternal UMK

Yang dimaksud potensi eksternal adalah faktor-faktor di luar UMK yang dapat menunjang (memberikan peluang) bagi pengembangan UMK.

Berdasarkan data Jabar dalam angka tahun 2013, jumlah penduduk Sumedang tahun 2013 adalah 1.124.902, dengan pertumbuhan satu persen per tahun. Selanjutnya jumlah wisatawan yang dating ke Sumedang pada tahun 2013 mencapai 503.581 orang. Angka-angka tersebut memberikan gambaran potensi pasar bagi UMK di Kabupaten Sumedang. Artinya potensi pasar masih cukup menarik, tinggal bagaimana pelaku UMK dapat meraihnya.

Peran pemerintah dalam memajukan UMK sangat diperlukan. Sejauh ini pemerintah, baik pemerintah Daerah Sumedang, Pemerintah Provinsi Jawa Barat maupun Pusat telah melakukan berbagai upaya untuk memberdayakan UMK agar bisa menjadi pelaku usaha yang kuat, mandiri dan maju. Upaya-upaya tersebut dilakukan melalui berbagai program pembinaan UMK seperti program peningkatan kapasitas SDM, bantuan penguatan permodalan, bantuan teknologi tepat guna, fasilitasi perijinan,

fasilitasi sertifikasi dan bantuan pemasaran. Namun demikian dari sisi kuantitas maupun kualitasnya nampaknya masih perlu ditingkatkan. Hal ini diduga karena para pelaku UMK masih lemah dalam mengakses informasi program tersebut. Selain itu akibat belum dapat memenuhi persyaratan yang ditetapkan, seperti belum memiliki tempat usaha yang menetap. Fasilitasi lain dari pemerintah seperti bantuan pembuatan PIRT dan label halal, pada umumnya juga belum bisa diakses pelaku UMK. Demikian juga untuk pembinaan pelatihan, pada umumnya pelaku UMK ini belum pernah mengikutinya. Dengan demikian pelaku UMK di Perkotaan Sumedang belum banyak tersentuh pembinaan dari pemerintah, terutama para pelaku usaha mikro.

Permasalahan UMK

Beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi dari kajian tentang keadaan UMK, antara lain: (1) Sebagian besar UMK belum memiliki ijin usaha yang lengkap, (2) Sebagian besar UMK khususnya UMK informal belum memiliki tempat usaha yang representatif, bahkan tempat usaha mereka justru mengganggu ketertiban, kenyamanan dan keindahan kota (3) Produk UMK biasa-biasa saja (standard) (4) Sebagian besar UMK belum melakukan pencatatan keuangan yang baik (5) Pemasaran terbatas (6) Modal dan akses ke lembaga keuangan lemah.

Berdasarkan pada berbagai tanggapan permasalahan yang dihadapi para pelaku UMK di perkotaan Sumedang yang paling banyak adalah masalah perijinan (80,24 persen), berikutnya masalah Manajemen Keuangan (45,06 persen) dan masalah Manajemen Pemasaran 43,87 persen. Selain itu masalah yang khas untuk usaha mikro yang pada umumnya merupakan pedagang kaki lima dan merupakan UMK informal adalah masalah gangguan ketertiban, kenyamanan dan keindahan kota.

Strategi Pengembangan

Pelaku UMK di Perkotaan Sumedang perlu dikembangkan menjadi UMK yang tangguh, mandiri dan bisa menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Lebih dari itu UMK bisa menjadi pendukung untuk menjadi daya tarik wisata Sumedang yang pada gilirannya dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Sumedang. Berbagai strategi pengembangan UMK dapat dilakukan melalui:

1) Peningkatan kapasitas SDM pelaku UMK. Hal ini penting untuk merubah *mind set* dari usaha yang

“apa adanya”, menjadi wirausahawan yang memiliki mimpi, orientasi dan semangat untuk lebih maju, memiliki gagasan kreatif dan berinovasi untuk mengembangkan usahanya. Selain itu UMK juga perlu diedukasi dan dilatih agar memiliki keahlian teknis usaha dan manajerial yang lebih baik. Secara teknis pelaku UMK harus berorientasi untuk memuaskan pelanggannya, menjalankan usahanya dengan etis, termasuk tidak melanggar aturan, dan memperhatikan aspek kebersihan, kesehatan serta lingkungan.

- 2) Fasilitasi permodalan. Bantuan permodalan untuk UMK berupa pinjaman lunak (dengan tingkat bunga yang rendah dan persyaratan yang ringan) seperti kredit *kesuma* perlu terus dilanjutkan dan diperluas. Selain itu diperlukan skim kredit UMK lainnya dengan *plafond* pinjaman yang lebih besar. Hal ini untuk membantu pelaku UMK yang membutuhkan dana usaha yang relatif lebih besar. Meskipun sifatnya bantuan, tetapi pemberian kredit ini harus tetap selektif. Dalam hal ini kredit diberikan hanya kepada UMK yang memiliki komitmen dan betul-betul membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya. Sistem tanggung renteng merupakan salah satu alternatif yang dapat dilakukan untuk meminimalkan risiko kredit macet. Untuk melaksanakan sistem ini UMK dapat dikelompokkan berdasarkan wilayah atau jenis usaha kemudian dipilih pengurus kelompoknya. Rekrutasi anggota harus selektif, direkomendasi dan disetujui oleh anggota lainnya. Selanjutnya pengurus kelompok mengorganisir dan memediasi anggotanya untuk berhubungan dengan lembaga keuangan (misal BPR), kemudian kelompok ikut menjamin pinjaman anggotanya. Jadi bila ada anggota yang macet maka anggota yang lain secara bersama-sama harus membantu untuk mengangsur kredit anggota yang macet tersebut. Sistem tanggung renteng ini berhasil dipraktikkan antara lain oleh Koperasi Setia Bhakti Wanita di Malang dan Grameen Bank di Bangladesh.
- 3) Secara bertahap merubah UMK yang informal menjadi formal melalui Fasilitasi Perijinan dan Sertifikasi. Pada umumnya pelaku UMK di Wilayah Perkotaan Sumedang belum merasakan adanya kebutuhan tentang perlunya kelengkapan perijinan dan sertifikasi, meskipun untuk pengembangan usaha diperlukan memiliki perijinan usaha yang lengkap. Kelengkapan perijinan diperlukan untuk menjalin kerjasama dan memberi kemudahan dalam mengorganisasi dan mendata perkembangan pelaku UMK oleh

pemerintah. Adapun sertifikasi (seperti PIRT dan label halal) bagi UMK diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan pasar, karena dengan sertifikasi kualitas proses dan produknya dianggap lebih baik. Bagaimanapun pelaku UMK harus meningkatkan *performance*, sebagai tuntutan untuk bersaing.

- 4) Tempat Usaha. Pada umumnya pelaku UMK informal di Wilayah Perkotaan Sumedang belum memiliki tempat usaha yang *representatif*. Alternatifnya perlu adanya penataan atau relokasi tempat usaha. Yang dimaksud dengan penataan adalah tetap menempatkan UMK di lokasi usaha sekarang, namun ditata sedemikian rupa sehingga tidak mengganggu ketertiban umum. Dalam hal ini tempat-tempat seperti pusat perbelanjaan, pasar modern, rumah sakit, sekolah, dan kantor-kantor pemerintah dapat bekerjasama dengan UMK dalam menyediakan tempat khususnya untuk UMK informal. Selanjutnya kebersihan dan penampilan tempat usaha seperti kios, tenda dan gerobak, harus dirancang sedemikian rupa dengan memperhatikan aspek kebersihan, kesehatan dan estetika serta menonjolkan kekhasan Kabupaten Sumedang. Adapun yang dimaksud dengan relokasi tempat usaha, yaitu menyediakan suatu lokasi khusus untuk pelaku UMK, misalnya berupa pujasera, pusat kerajinan atau *rest area* yang strategis, yang dapat diakses dengan mudah oleh para pembeli dan terintegrasi dengan pusat-pusat aktivitas masyarakat atau keramaian.
- 5) Pengembangan, variasi dan kualitas produk. Untuk meraih pasar yang lebih luas dan mengantisipasi persaingan yang semakin ketat, UMK perlu memiliki keunggulan dalam produk dan layanannya. Untuk itu pengembangan produk dengan cara yang kreatif dan inovatif perlu terus menerus dilakukan untuk menghasilkan produk-produk yang unggul, misal unggul dalam rasa, penampilan, memiliki keunikan, menyediakan banyak pilihan yang menarik, ataupun memberikan kemanfaatan yang lebih besar bagi pelanggan. Pemerintah perlu membuat program untuk mengedukasi UMK di Wilayah Perkotaan Sumedang agar produk-produknya memiliki keunggulan bersaing.
- 6) Pemasaran. Saat ini UMK masih memiliki kelemahan dalam akses pasar. Fasilitasi oleh pemerintah dalam bidang pemasaran masih diperlukan untuk akselerasi perluasan pasar UMK. Upaya-upaya tersebut dapat berupa bantuan

promosi melalui pameran, web, billboard dan publisitas di media masa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Potensi UMK adalah faktor-faktor internal UMK yang dapat mendukung pengembangan UMK. Berdasarkan hasil kajian lapangan, saat ini yang menjadi potensi UMK adalah SDM. Sedangkan faktor-faktor lainnya masih merupakan kelemahan. Faktor SDM yang menjadi potensi meliputi: jumlah pelaku yang relatif cukup besar, pengalaman berusaha UMK sebagian besar cukup lama, tingkat pendidikan UMK pada umumnya cukup baik serta Usia pelaku UMK pada umumnya termasuk pada usia produktif.

Selain potensi internal UMK, juga terdapat potensi eksternal, yaitu meliputi: prospek pasar yang masih cukup baik, terdapat pemasok yang dapat memenuhi input produksi/operasi UMK dan dukungan berbagai program pemerintah dalam pemberdayaan UMK baik Program Pemda Kabupaten Sumedang maupun Program Pemda Provinsi Jawa Barat dan Program Pemerintah Pusat.

Beberapa permasalahan yang dihadapi UMK di Kabupaten Sumedang, diantaranya : sebagian besar UMK belum memiliki ijin usaha, jadi pada umumnya termasuk kategori UMK informal, belum memiliki tempat usaha yang representatif, produk UMK biasa-biasa saja, sebagian besar pelaku UMK belum melakukan pencatatan keuangan yang baik, pemasaran terbatas dan masih lemah dalam permodalan dan akses ke lembaga keuangan.

Berdasarkan potensi dan permasalahan sebagaimana tergambar pada Profil UMK, maka Pelaku UMK di Sumedang perlu dikembangkan menjadi UMK yang tangguh dan mandiri yang dapat menyerap dan menciptakan lapangan kerja yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Untuk itu UMK informal yang tidak memiliki perijinan, perlu ditingkatkan menjadi UMK formal melalui fasilitasi perijinan dan sertifikasi. Sehingga akses UMK terhadap permodalan maupun pasar menjadi lebih terbuka.

Dengan demikian upaya-upaya pembinaan yang perlu dilakukan antara lain : 1) Peningkatan kapasitas pelaku UMK menyangkut entrepreneurship, manajerial dan teknis, 2) Fasilitasi permodalan antara lain dengan menerapkan sistem tanggung renteng, 3) Fasilitasi perijinan dan sertifikasi agar secara bertahap UMK informal dapat ditingkatkan menjadi UMK formal, 4) Fasilitasi tempat usaha agar tersedia tempat usaha yang lebih representatif 5)

Pengembangan produk untuk menghasilkan produk yang unik, unggul dan variatif serta 6) Pengembangan pasar untuk menjangkau pasar yang lebih.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2013). *Indonesia Dalam Angka*.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumedang. (2013). *Profil Industri, dan Perdagangan Kabupaten Sumedang*.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UKM*.
- Ropke, J. (2004). *On Creating Entrepreneurial Energy on The Ekonomi Rakyat. The Case of Indonesian Cooperative*.