

POTRET KINERJA UMKM SEPATU DI BOGOR DALAM BERKOMPETISI PADA PEREKONOMIAN DI INDONESIA

*Performance,
economy*

Gen Gen Gendalasari dan Triandi

102

*Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor, Indonesia
E-mail : gen2_sari@yahoo.co.id*

Submitted:
MAY, 2018

Accepted:
OCTOBER, 2018

ABSTRACT

The contribution of the micro, small and medium enterprises sector to gross domestic product increased from 57.84 percent to 60.34 percent in the last five years. Uptake of labor in this sector also increased, from 96.99 percent to 97.22 percent in the same period. (<http://www.kemenperin.go.id>, 2018), Problems with MSMEs vary, especially for shoe MSMEs.

The purpose of this study, 1) What is the performance of MSME shoes in Bogor; 2) What is the model of coaching that can be developed for MSME actors

The results of the study show that 1) based on evaluation it is known that the attributes of the production process, production equipment, production control, buildings and facilities, markets, quality standardization, business management, capital, and promotion require improvement. Difficulties in terms of capital make the company still survive with conventional and manual technology, so that production capacity is also relatively limited. In addition, the company's bookkeeping system is still directly controlled by the owner of the company. 2) Shoe MSMEs need guidance in terms of production processes and production facilities. As well as assistance in terms of developing market share both domestically and abroad and developing promotions so that products are more widely known.

Keywords: performance, MSME shoes, competition, economy

PENDAHULUAN

Kontribusi sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap produk domestik bruto meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dalam lima tahun terakhir. Serapan tenaga kerja pada sektor ini juga meningkat, dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen pada periode yang sama. (<http://www.kemenperin.go.id> , 2018). Pada dasarnya, kebijakan pembangunan Koperasi dan UMKM dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Hal ini dapat dicapai dengan mendorong Koperasi dan UMKM meningkatkan kapasitas dan perannya. Hal tersebut sejalan dengan arah kebijakan dan strategi pembangunan Koperasi dan UKM tahun 2015-2019. (<http://www.depkop.go.id>, 2018).

Salah satu UMKM yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan adalah UMKM sepatu. Tahun 2014 nilai ekspor produk sepatu Indonesia telah menembus angka US\$ 4.5 milyar, meningkat 18, 4 persen daripada capaian tahun

JIMKES

Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan

Vol. 6 No.2, 2018
pg. 102-108
STIE Kesatuan
ISSN 2337 – 7860

sebelumnya yang hanya US\$ 3.8 Milyar. (Departemen Perindustrian, 2015, www.kemenperin.go.id).

Namun demikian, UMKM sepatu masih menghadapi berbagai kendala dalam perkembangan bisnisnya.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kinerja UMKM sepatu di Bogor
2. Untuk mengetahui bagaimana model pembinaan yang dapat dikembangkan untuk para pelaku UMKM

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Menurut Stoner Freeman dan Gilbert dalam Husein Umar (2003), dalam perspektif pertama, strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Sedangkan dalam perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu

Kinerja

Kinerja sebagai ungkapan seperti output, efisiensi serta efektivitas sering dihubungkan dengan produktivitas (Gomes dalam Mangkunegara, 2005).

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi (Kotler dan Armstrong, 2003)

UMKM

Menurut Undang-Undang No 20 tahun 2008, UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melakukan:

1. Pemetaan Profil UMKM sepatu
2. Analisis Kinerja dan Strategi Bersaing UMKM sepatu
3. Analisis SWOT
4. Konsep Model Pembinaan UMKM sepatu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemetaan Profil UMKM sepatu di Bogor

Tinjauan berkenaan dengan kondisi existing UMKM sepatu di Bogor dengan mengacu pada kondisi beberapa UMKM sepatu sebagaimana yang terlihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1 Deskripsi Umum

No	Nama UMKM	Nama Produk	Spesifikasi Teknis Produk/Standar Mutu produk	Permintaan Produk
1	UMKM Sepatu Sandal Pak Heri	Merek Sabina	Tidak ada spesifikasi khusus, kualitas yang dihasilkan masih terbilang sederhana atau standar, karena UMKM belum menggunakan teknologi yang canggih	Standart permintaan produk 100 kodi perminggu. Pada saat pasar sepi permintaan produk hanya 60 kodi per minggu. Pada 5 tahun mendatang, proyeksi permintaan sekitar 200 kodi per minggu
2	UMKM Sepatu Sandal Pak Itang	Produk dilabel oleh pembeli	Tidak ada spesifikasi khusus, kualitas yang dihasilkan masih terbilang sederhana atau standar, karena UMKM belum menggunakan teknologi yang canggih	Permintaan produk 90 kodi per minggu
3	UMKM Sepatu Sandal Pak Teddy	Produk dilabel oleh pembeli	Tidak ada spesifikasi khusus, kualitas yang dihasilkan masih terbilang sederhana atau standar, karena UMKM belum menggunakan teknologi yang canggih	Permintaan produk 80 kodi perminggu
4	UMKM Sepatu Bapak Aceng	Produk dilabel oleh pembeli	Tidak ada spesifikasi khusus, kualitas yang dihasilkan masih terbilang sederhana atau standar, karena UMKM belum menggunakan teknologi yang canggih	Permintaan produk 40-80 kodi perminggu



Gambar 1. Kondisi UMKM sepatu



Gambar.2. Hasil produksi salah satu UMKM sepatu

Kinerja dan Strategi Bersaing UMKM sepatu di Bogor

Adapun hasil pengukuran kinerja dapat diketahui bahwa untuk atribut proses produksi, peralatan produksi, pengendalian produksi, bangunan dan fasilitas, pasar, standarisasi mutu, manajemen usaha, permodalan, dan promosi mempunyai kinerja sedang. Dalam hal ini ukuran kinerja berdasarkan persepsi pelaku UMKM dalam skala sedang, sedangkan harapan ada pada skala tinggi. Dengan demikian perlu ada peningkatan dalam atribut-atribut tersebut.

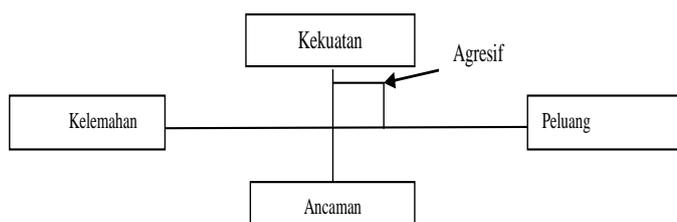
Berdasarkan hasil penelitian diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh UMKM sepatu di Bogor adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan matriks IFAS di atas maka diperoleh nilai skor sebesar 2,90
2. Berdasarkan matrik EFAS di atas maka di peroleh nilai skor sebesar 3,6

Setelah mengetahui nilai skor IFAS sebesar 2,9 dan nilai EFAS sebesar 3,6 maka didapat matrik internal – eksternal (IE Matrik) sebagaimana yang terlihat pada Gambar 3.

	4,0	Kuat	3,0	Rata-rata	2,0	Lemah	1,0
Total Skor Faktor Eksternal	Tinggi	Pertumbuhan melalui integrasi vertikal	Pertumbuhan melalui integrasi horizontal		Penciutan melalui turn around		
		Stabilitas	Pertumbuhan melalui integrasi horizontal Strabilitas (Tidak ada perubahan profit strategi)		Divestasi		
	3,0	Pertumbuhan melalui diversifikasi konsentrik	Pertumbuhan melalui diversifikasi konglomerat		Likuidasi		
	Sedang						

Gambar 3. Internal dan Eksternal Matriks



Gambar 4. *Matrik Space*
Sumber: Data yang diolah, 2018

Analisis SWOT UMKM sepatu di Bogor

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil identifikasi dalam analisis SWOT dan strategi yang dapat diambil di UMKM sepatu di Bogor

Tabel 2 Analisis SWOT UMKIM sepatu di Bogor

	<p>STRENGHT (S):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas, 2. Harga Bersaing 3. Sepatu yang dihasilkan unik 4. Sepatu yang dihasilkan kreatif 	<p>WEAKNESS (W):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tata kelola keuangan tidak teratur, 2. Tata kelola persediaan bahan baku tidak teratur, 3. Pengawasan proses produksi dan kualitas kurang, 4. Tempat bekerja kurang nyaman
<p>OPPORTUNITIES (O):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk dikenal masyarakat, 2. Ketersediaan sumber daya manusia, 3. Lokasi dekat pemasok, 4. Memiliki sistem pemasaran terpusat 5. Tempat penjualan yang strategis 	<p>STRATEGI SO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi agresif untuk meningkatkan pangsa pasar. 2. Meningkatkan pemasaran di pasar baru. 3. Meningkatkan efisiensi operasional. 	<p>STRATEGI WO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi operasional. 2. Kerjasama investasi mesin produksi dengan berbagai pihak 3. Peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen
<p>THREATS (T):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing bisnis yang mempunyai pelanggan tetap 2. Usaha ini banyak yang bangkrut 3. Model cepat berubah 	<p>STRATEGI ST:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kualitas dan kuantitas pemasaran. 2. Menerapkan strategi pemasaran “jemput bola” terutama ke pasar baru. 	<p>STRATEGI WT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan jaringan pelayanan baru. 2. Pengembangan sepatu dalam sistem produksi/operasional.

Sumber: Hasil analisis (2018)

Konsep Model Pembinaan UMKM sepatu

Mengacu pada pemaparan di atas, maka tahapan selanjutnya untuk meningkatkan kinerja UMKM sepatu adalah melalui pelatihan dan pembinaan yang direkomendasikan untuk dilakukan sebagaimana yang terlihat pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Pelatihan dan Pembinaan Yang Direkomendasikan Untuk Dilakukan

No	Permasalahan	Solusi
1	Wawasan dan Pengetahuan tentang 1. Memperoleh/mencari informasi 2. Berkomunikasi 3. Membangun relasi 4. Research	Solusi yang akan diberikan : 1. Pengenalan dan Pembekalan tentang teknik informasi dan internet, membuat web 2. Komunikasi bisnis 3. Pembekalan membangun hubungan bisnis berkelanjutan 4. Pembekalan research sederhana
2	Berkaitan dengan produksi : 1. Berkaitan dengan disain ergonomic 2. Disain model	Solusi yang diberikan : 1. Pembekalan tentang disain ergonomic 2. Disain model yang diinginkan pasar
3	Pengelolaan usaha : 1. Pengelolaan keuangan 2. Pencatatan dan laporan keuangan 3. Pemasaran 4. Kelembagaan	Solusi yang diberikan : 1. Pembekalan manajemen keuangan 2. Pembekalan tentang akuntansi sederhana 3. Bantuan pemasaran 4. Pembentukan wadah usaha (Pemegang saham terbesar PEMDA Kabupaten Bogor)
4	Berkenaan dengan Permodalan	Permodalan : 1. Bantuan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten 2. Bantuan Sumber lain (Dana KUR, Kemenristekdikti, OJK dan lain sebagainya)
5	Berkenaan dengan pelatihan dan pendampingan lebih lanjut	1. Pelatihan dan Pendampingan oleh para dosen yang kompeten menyertakan mahasiswa 2. Membantu mengakses pasar
6	Evaluasi	1. Monev dan pembenahan 2. Pembentukan wadah usaha kepada UMKM Sandal Sepatu Binaan

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang ada, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Atribut proses produksi, peralatan produksi, pengendalian produksi, bangunan dan fasilitas, pasar, standarisasi mutu, manajemen usaha, permodalan, dan promosi mempunyai kinerja sedang.
2. Berdasarkan pemetaan kinerja UMKM sepatu di Bogor terlihat adanya masalah, sebagai berikut: (1) kelemahan berupa gap pada sebagian besar atributnya; (2) keunggulan bersaing UMKM bertumpu pada keunggulan komparatif; dan, (3) jenis bantuan dari pihak Pemerintah/Instansi terkait relatif lebih berorientasi pada jenis bantuan yang bermuatan kandungan ekonomi (*economic content*) dari pada kandungan pengetahuan (*knowledge content*), sehingga dampak positif yang dirasakan bersifat jangka pendek.
3. Sepatu yang merupakan produk unggulan UMKM di Bogor membutuhkan pembinaan yang lebih baik lagi dalam hal proses produksi dan fasilitas-fasilitas produksi berupa bantuan peralatan dan pelatihan untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas tinggi.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan terhadap hasil penelitian ini adalah :

1. Agar pemerintah dan pihak yang terkait dapat memberikan bantuan dalam hal pengembangan pangsa pasar baik di dalam negeri maupun di luar

negeri. Serta bantuan pembinaan dalam pengembangan promosi agar produk makin di kenal luas.

2. UMKM memiliki peluang dan kekuatan, agar dapat lebih memanfaatkan peluang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- AP Mangkunegara, A Prabu. 2005. Evaluasi kinerja sumber daya manusia. Aditama. Bandung
- Husein Umar, Strategi Manajemen InAction (Jakarta: PT. Gramedia Pustakama, 2003)
- Inpres No. 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah
- Keppres No. 56 Tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah.
- Kotler dan Amstrong. 2003 Manajemen Pemasaran. Edisi kesembilan. PT Indeks Gramedia. Jakarta
- UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil
- UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- www.depkop.go.id 2016
- www.kemenperin.go.id 2015
- www.kemenperin.go.id 2018