

Kunci Sukses 50-INKRE di Jawa Timur

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repositori.ukdc.ac.id

Internet Source

20%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

Kunci Sukses 50-INKRE di Jawa Timur

by Lasman Parulian Purba

Submission date: 04-Sep-2021 12:31PM (UTC+0700)

Submission ID: 1641221049

File name: faktor_sukses_UKM_analisis_faktor_Lasman_Parulian_Purba_1.docx (24.02K)

Word count: 2150

Character count: 13531

Kunci Sukses 50-INKRE di Jawa Timur

Surya Putra Taruk Allo, Lasman Parulian Purba
School of Creative Industry Universitas Pelita Harapan Surabaya
Tokyo and Zurich Tower
City of Tomorrow (CITO) Superblock
Jl. Jend. A. Yani 288 Waru — Surabaya
Kode Pos: 60234
Telp: 031-58251007-1010, Fax: 03158251020

Email: suryaznachert@yahoo.com, lasevinik@yahoo.com, lasman.purba@uphsurabaya.ac.id

Abstrak

Usaha Kecil Menengah (UKM) memegang peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara [1],[4],[5]. UKM penting untuk dikaji karena mempunyai peranan yang krusial dalam pertumbuhan ekonomi. Terhitung hampir 90% dari total usaha yang ada di dunia merupakan kontribusi dari UKM [2],[1]. Selain itu, dapat dikatakan bahwa UKM memiliki peranan terhadap penyerapan tenaga kerja[5]. Paper ini akan memaparkan faktor-faktor apa saja yang menjadi kunci sukses sebanyak 50 (lima puluh) UKM yang berhasil bertahan dalam era krisis dan melewatinya dengan baik sedemikian hingga berhasil setidaknya sampai penelitian ini dilaksanakan, dan berdasarkan pada data perkembangannya dari waktu ke waktu —khususnya di masa yang lalu—perusahaan diduga dapat survive di masa yang akan datang dengan memenuhi kondisi-kondisi yang bersesuaian. Faktor-faktor itu diharapkan akan dapat setidaknya menjadi sebuah informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan yang dapat mendorong dan semakin mempercepat pertumbuhan UKM/UMKM atau INKRE (industri kreatif) baik sejenis maupun tidak sejenis. Faktor-faktor tersebut telah diperoleh dengan menerapkan analisis atau kajian pada data kuesioner dengan menggunakan perangkat lunak statistika yang cukup dikenal, SPSS. Penelitian ini telah dimulai dengan dilakukannya survei awal untuk melihat kondisi-kondisi UKM di wilayah Tanggulangin, sehingga kemudian dapat diketahui permasalahan-permasalahan yang ada dan dapat dirumuskan permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian ini. Setelah masalah tersebut dirumuskan, maka dilakukan studi literatur dan wawancara dengan pihak terkait (pemilik UKM) guna memodelkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan UKM. Setelah model terbentuk, maka ditetapkan indikator-indikator untuk masing-masing variabel pada model. Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menyusun kuesioner. Pembagian kuesioner dilakukan secara Non Random Sampling, yaitu Purposive Sampling. Seluruh data valid yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner selanjutnya diolah dan dianalisa. Hasil analisis dari pengolahan data ini dapat dijadikan sebagai bahan dalam menarik kesimpulan akhir dari penelitian ini. Data berikut analisisnya menunjukkan bahwa ada 6 (enam) faktor-faktor yang menentukan kesuksesan suatu UKM agar dapat bertahan dan melewati krisis dengan baik, dan dua yang paling dominan yang harus dimiliki oleh UKM adalah faktor usaha (modal, total produksi dan frekuensi promosi) dan faktor pengusaha (Pendidikan Pengusaha dan usia pengusaha).

Kata Kunci: kunci/ faktor sukses, UKM, analisis factor

1. Pendahuluan

Definisi UKM tidak hanya rancu di Indonesia. Pada tingkat internasionalpun ada banyak definisi yang digunakan untuk UKM. Penelitian Noer Soetrisno [3] menunjukkan beberapa hal mengenai situasi UKM di sebagai berikut:

1. UKM tumbuh 6% sedangkan usaha besar tumbuh 5.3%
2. UKM merupakan bagian terbesar dan populasi pengusaha di Indonesia (99,98%).
3. UKM memberi kontribusi pada pemerataan dan peningkatan pertumbuhan perekonomian nasional (kontribusi terhadap GDP 53,3% atau sekitar Rp1.778,7 triliun).
4. UKM berkapasitas menyerap tenaga kerja (96,18% atau 85,4 juta orang).

5. Hasil produksi yang diekspor mencapai Rp122,2 triliun atau 20,1% terhadap total ekspor nonmigas nasional.

Dari fakta-fakta diatas maka dapat disimpulkan bahwa UKM memiliki peran yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Selain itu UKM juga berperan serta dalam pencapaian tujuan-tujuan nasional seperti pembangunan ekonomi, mengurangi kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, struktur ekonomi lokal, keseimbangan antarsektor, subsektor, dan serangkaian sasaran sosial dalam pembangunan nasional.

Secara umum UKM di Indonesia saat ini memiliki kelemahan-kelemahan pada hal-hal berikut sehingga menimbulkan permasalahan dalam mengembangkan usahanya:

- 1) Penerapan sistem manajemen perusahaan yang kurang baik
- 2) Kurangnya dalam membaca peluang pasar
- 3) Penerapan strategi pemasaran yang kurang efektif
- 4) Kurangnya modal kerja untuk menunjang strategi perusahaan
- 5) Sistem produksi yang masih belum memenuhi standar

Permasalahan timbul karena umumnya tidak semua faktor yang mempengaruhi kinerja proses produksi dan daya saing produk yang dihasilkan di dalam industri kecil dan menengah diidentifikasi dengan baik. Seperti faktor manajerial, faktor peralatan atau faktor desain, faktor kualitas dan masih banyak faktor lainnya. Penelitian ini berusaha memaparkan faktor-faktor tersebut khususnya kepada beberapa INKRE di Tanggul Angin karena mungkin luput dari pengembangan Industri kecil dan menengah yang demikian banyak di negeri ini. Hal itu akan bermanfaat bagi pengusaha IKM dalam upaya memperoleh (prospek) pasar yang lebih besar. Faktor-faktor yang secara langsung mempengaruhi kinerja dan daya saing dari produk Industri kecil dan menengah Indonesia khususnya di Surabaya akan diidentifikasi.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metodologi sebagai berikut: Data Primer diambil dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap salah satu Industri kecil menengah di Surabaya dan menyebarkan kuesioner kepada 50 UKM. Data sekunder ini diambil dari beberapa instansi terkait seperti BPS dan Disperindag yang secara tidak langsung diperoleh dengan Studi literatur.

3. Hasil Penelitian dan Diskusi

Tahapan pertama akan dilakukan survei awal untuk melihat kondisi-kondisi UKM di wilayah Tanggulangin, sehingga kemudian dapat diketahui permasalahan-permasalahan yang ada dan dapat dirumuskan permasalahannya. Setelah masalah tersebut dirumuskan, maka dilakukan studi literatur dan wawancara dengan pihak terkait guna memodelkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan UKM. Setelah model terbentuk, maka ditetapkan indikator-indikator untuk masing-masing variabel pada model. Indikator-indikator tersebut yang akan digunakan untuk menyusun kuisioner. Seluruh data valid yang diperoleh dari hasil pembagian kuisioner selanjutnya akan diolah dan dianalisis, sehingga hasil analisis dari pengolahan data ini dapat dijadikan sebagai kesimpulan akhir penelitian.

Kuisisioner yang dibagikan ini diisi oleh pemilik Usaha Kecil Menengah di wilayah Tanggulangin. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dipetakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan UKM.

Kuisisioner dibagikan kepada para pemilik UKM di wilayah Tanggulangin yang bertindak sebagai responden di dalam penelitian ini. Dimana jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 50 sampel. Jumlah ini merupakan jumlah kuisisioner dengan data yang valid. Dimana data ini kemudian akan diolah serta dianalisis secara deskriptif terlebih dahulu dan kemudian diolah secara analisis faktor untuk mencapai tujuan penelitian.

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Factor Analysis* dan *Multiple Linear Regression Analysis*. Dimana terdapat dua jenis data yang diperoleh dari kuisisioner dalam penelitian ini, yakni: data ordinal dan data nominal. Namun, hanya data ordinal yang akan diolah dengan menggunakan *factor analysis* karena data nominal merupakan data yang bersifat kategori sehingga tidak dapat diolah dengan analisis faktor.

Setelah pengolahan data secara *factor analysis* dilakukan, maka langkah berikutnya adalah memodelkan baik variabel *independent* maupun variabel *dependent* ke dalam suatu persamaan. Dimana dalam penelitian ini data-data tersebut diolah menggunakan program statistik SPSS.

Analisa faktor dapat dinyatakan dengan persamaan faktor sebagai berikut :

$$X_1 = c_{11}F_1 + c_{12}F_2 + c_{13}F_3 + \dots + c_{1n}F_n + e_1$$

$$X_2 = c_{21}F_1 + c_{22}F_2 + c_{23}F_3 \dots c_{2n}F_n + e_2$$

$$X_3 = c_{31}F_1 + c_{32}F_2 + c_{33}F_3 \dots c_{3n}F_n + e_3$$

$$X_p = c_{p1}F_1 + c_{p2}F_2 + c_{p3}F_3 + \dots + c_{pn}F_n + e_p$$

Bentuk persamaan ini dapat dimodelkan ke dalam matriks faktor analisis sebagai berikut :

$$\begin{matrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ \dots \\ X_p \\ \text{x 1)} \end{matrix} \begin{vmatrix} c_{11} & c_{12} & c_{13} & \dots & c_{1n} \\ c_{21} & c_{22} & c_{23} & \dots & c_{2n} \\ c_{31} & c_{32} & c_{33} & \dots & c_{3n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ c_{p1} & c_{p2} & c_{p3} & \dots & c_{pn} \end{vmatrix} \begin{matrix} F_1 \\ F_2 \\ F_3 \\ \dots \\ F_n \\ \text{(m x 1)} \end{matrix} \begin{matrix} e_1 \\ e_2 \\ e_3 \\ \dots \\ e_p \\ \text{(m x 1)} \end{matrix}$$

dengan:

X_1 = Variabel asal ke-1

X_2 = Variabel asal ke-2

X_p = Variabel asal ke-p

F_1 = Faktor bersama ke-1

F_2 = Faktor bersama ke-2 F_n = Faktor bersama ke-m cti

c_{ij} = bobot (*loading*) dari variabel asal ke-i pada faktor ke-j

e_p = Error dari variabel ke-p

Reliabilitas adalah hasil uji reliability menggunakan *software* SPSS (Cronbach's Alpha = 0.734 untuk N of Items = 28), data telah handal/ *reliable*. Hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut berdasarkan variabel-variabel yang dikelompokkan sebagai berikut:

3.1 Jenis Kelamin, Usia Dan Pendidikan Terakhir Pengusaha

Berdasarkan survei yang telah dilakukan terhadap 50 orang responden yang memiliki UKM di wilayah Tanggulangin, didapatkan bahwa pengusaha atau pengrajin di Tanggulangin dengan jenis kelamin laki-laki 60%. Untuk usia rata-rata pengusaha UKM di Tanggulangin berusia sekitar 35-40 tahun dengan total persentase 56%. Sedangkan bila dilihat dari segi pendidikannya banyak pengusaha UKM memiliki pendidikan terakhir paling banyak Si (58%).

3.2 Peningkatan, Pendidikan dan Usia Karyawan

Sebagian besar pengusaha UKM mendirikan usaha ini paling banyak mengalami peningkatan karyawan (56%). Jika dilihat dari segi pendidikan karyawannya, pengusaha UKM rata-rata memiliki karyawan paling banyak berpendidikan hanya setingkat SMP (44%). Sedangkan rata-rata usia karyawan yang dimiliki pengusaha UKM di Tanggulangin adalah berkisar 35-40 tahun (40%).

3.3 Modal Usaha, Sumber Modal, Lama Usaha dan Omset Usaha

Sebagian besar pengusaha UKM di wilayah Tanggulangin mendirikan usahanya dengan modal awal sebesar 21-25 juta (52%). Untuk sumber modal kebanyakan pengusaha UKM menggunakan tabungan pribadinya (54%) daripada menggunakan pinjaman bank dan tabungan keluarga. Dilihat dari omsetnya, kebanyakan pengusaha UKM di wilayah Tanggulangin omsetnya meningkat sekitar 10-25% pertahunnya (46%). Dilihat dari lama berdirinya, kebanyakan UKM di wilayah Tanggulangin sudah berdiri sekitar lebih dari 10 tahun (62%).

3.4 Jenis Produk, Teknologi, Total Produksi, Ketersediaan Bahan Baku

Sebagian besar produk yang dihasilkan UKM di wilayah Tanggulangin adalah tas (60%) dan teknologi yang digunakan adalah teknologi manual (42%). Total produk yang dihasilkan selama 1-bulan rata-rata sekitar 500-1000 produk (72%). Dalam hal ketersediaan bahan baku, banyak pengusaha UKM di Tanggulangin mengatakan bahwa bahan baku yang disediakan oleh supplier selalu tersedia sesuai kebutuhan (50%).

3.5 Jumlah Supplier, Kualitas Bahan Baku, Lokasi Bahan Baku, Dasar Pemilihan Supplier

Sebagian besar pengusaha UKM di Tanggulangin memiliki 5 *supplier* (48%) dan lokasi *suppliernya* kebanyakan berada di sekitar wilayah Tanggulangin (52%). Kualitas bahan baku yang disediakan *supplier* sudah cukup bagus (44%). Dalam hal pemilihan *suppliernya*, banyak pengusaha UKM di Tanggulangin lebih mementingkan lokasi bahan baku (48%) jika dibandingkan dengan yang lainnya.

3.6 Promosi

Pengusaha UKM kulit di Tanggulangin menganggap promosi sangat tidak penting (54%). Untuk frekuensi melakukan promosi diperoleh data bahwa pengusaha UKM di Tanggulangin tidak pernah melakukan promosi (42%).

3.7 Komplain Konsumen Dan Lokasi Usaha

Produk yang dihasilkan UKM di wilayah Tanggulangin memiliki kualitas yang baik, hal ini ditunjukkan dengan besarnya jumlah pengusaha yang menjawab jawaban 1 (60%). Untuk lokasi usaha kebanyakan dari pengusaha UKM membangun usahanya di lokasi yang sangat dekat dengan rumah mereka (46%).

3.8 Daerah Pemasaran, Harga Produk Dan Diskon

Pengusaha UKM di Tanggulangin melakukan pemasarannya kebanyakan di daerah Surabaya dan di luar kota Surabaya (72% dan 20%). Untuk masalah harga yang ditawarkan ke konsumen, rata-rata pengusaha UKM memberikan harga yang hampir sama dengan kompetitornya (54%). Para pengusaha UKM juga sering memberi diskon kepada konsumen sebesar 10% (56%).

3.9 Budaya Kerja, Kerja Sama Karyawan, Dan Kualitas Produk

Pengusaha UKM di Tanggulangin mempunyai disiplin yang tinggi dan memiliki kerja sama yang tinggi dalam bekerja (40% dan 46%). Sedangkan untuk kualitas produk semua pengusaha UKM yang mengisi kuesioner mengatakan bahwa produk mereka telah memenuhi kualitas yang diinginkan konsumen.

Berikut adalah variabel dan indikator yang digunakan pada *framework* (ordinal data):

Y = Kesuksesan UKM

LB = lama Usaha berdiri (indikator kesuksesan UKM)

O = Omset pertahun (indikator kesuksesan UKM)

PK = Peningkatan karyawan (indikator kesuksesan UKM)

HK = Harga Produk

PKT = Pendidikan Karyawan

KBB = Ketersediaan Bahan Baku

FP = Frekuensi Promosi

LU = Lokasi Usaha

DP = Daerah Pemasaran

PPT = Pendidikan Pengusaha

MU = Modal Usaha

K = Komplain Konsumen

BK = Budaya Kerja

KK = Kerja Sama Karyawan

UK = Usia Karyawan

TP = Total Produksi

U = Usia pengusaha

D = Diskon

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa, ada 6 faktor yang mempengaruhi suatu UKM yakni, usaha, pengusaha, hubungan internal usaha, market, hubungan eksternal usaha, dan lokasi usaha. Faktor usaha dalam penelitian ini didukung oleh variabel-variabel modal usaha, total produksi dan frekuensi promosi; faktor pengusaha dengan variabel-variabel usia pengusaha, dan pendidikan pengusaha. Faktor hubungan internal usaha didukung oleh variabel-variabel pendidikan karyawan, budaya kerja dan kerja sama karyawan. Sedangkan faktor market didukung oleh dua variabel: daerah dan harga produk. Untuk faktor hubungan eksternal usaha dinyatakan dengan variabel ketersediaan bahan balm dan variabel komplain. Namun dan keenam faktor diatas hanya faktor usaha dan faktor pengusaha yang berpengaruh secara signifikan terhadap kesuksesan UKM berdasarkan uji T.

$$\frac{1}{n}$$

Peneliti menyadari bahwa model dibuat berdasarkan faktor yang mempengaruhi kesuksesan UKM di wilayah Tanggulangin hanya bisa menjelaskan 8 (0.1% sedangkan 19.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum teridentifikasi dalam penelitian ini, sebagai wilayah

penelitian lebih lanjut.

5. Daftar Rujukan

- [1] Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi informasi dalam Peningkatan daya saing Usaha Kecil Menengah, *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009*, Yogyakarta.
- [2] Lin, C.Y. (1998). Success Factors of Small-and-Medium-Sized Enterprises in Taiwan: An Analysis of Cases, *Journal of Small Business Management*, 36 (4), 43-65.
- [3] Soetris, N. (2005). SME CLUSTERING STRATEGY IN INDONESIA: AN INTEGRATED DEVELOPMENT SUPPORT, Deputy Minister, Ministry of Cooperative and Small and Medium Enterprises, Indonesia.
- [4] Tambunan, T. (2005). Promoting Small and Medium Enterprises with a Clustering Approach: A Policy Experience from Indonesia, *Journal of Small Business Management*, 43 (2), 138-154.
- [5] Husband, S. & Purnendu, M. (1999). A Conceptual Model for Quality Integrated Management in Small and Medium Size Enterprise, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 16 (7), 699-713.