

## MODEL OPTIMALISASI KEUNTUNGAN DAN EFISIENSI EKONOMI RELATIF PADA UKM KAIN TROSO JEPARA

Nurul Komaryatin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNISNU Jepara

[nurulq.stien@gmail.com](mailto:nurulq.stien@gmail.com)

### Abstract

*SMEs have an important position in the development of the Indonesian economy. It can be demonstrated by its contribution to GDP, employment, and the circulation of the resources of the area. Judging from the quantity, type of business that is ranked highest. Thus empowering SMEs Cain Troso be paramount and need to be considered. The formulation of a quality measure based on profit optimization models and dimensions relative economic efficiency of SMEs Cain Troso, formula effective stimulation, relevant and specific for the promotion and development of industries Cain Troso susceptible to the formation of local business groups entrenched, cohesive and managed autonomously. Stabilization of the model is done through a participatory diagnostic test group to produce a stimulant formula that diperlukan. Tahun second, evaluation stimulant, reconstruction stimulant to obtain a steady stimulant for SMEs Cain Troso.*

**Keywords:** *Optimization, Efficiency, Economy Relative*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Pemerintah berikut berbagai lembaga lain yang memiliki perhatian terhadap UKM telah melakukan serangkaian tindakan stimulan baik berupa pendampingan, pelatihan, permodalan, dan berbagai bentuk pemberdayaan lainnya. Namun dari sejumlah upaya dan stimulan tersebut, banyak yang kurang mengena, atau boleh dikatakan kurang maksimal. Wujud ketidaktepatan dan ketidakefektifan stimulan adalah kurang mengennannya antara bantuan yang diterima dengan kebutuhan riil pelaku UKM. Implikasinya, bantuan menguap dan tidak memberi dampak terhadap pengembangan usaha. Hasil wawancara awal terhadap beberapa pengusaha Kain Troso di Jepara menunjukkan sering memperoleh pelatihan tentang desain Kain Troso, padahal yang dibutuhkan adalah penambahan modal. Artinya, terjadi varian antara yang diharapkan oleh pelaku UKM dengan realitas kebutuhan yang diharapkan UKM Kain Troso.

Berbagai faktor yang perlu diperhitungkan pada saat memberikan stimulan yaitu faktor kontekstual dan spesifikasi persoalan yang ada para UKM sasaran. Diharapkan dengan stimulan yang sesuai

dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh UKM, UKM dapat berkembang maksimal. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian untuk menemukan dimensi *Quality Grade* dan Model konstruksi stimulan spesifik dan efektif untuk pengembangan UKM “pengrajin Kain Troso Jepara” menuju UKM yang berkembang dengan tata kelola yang baik.

#### Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah:

Menganalisis penerapan model tingkat keuntungan dan besarnya tingkat keuntungan tersebut pada industri kecil kerajinan kain troso di Kabupaten Jepara.

Menganalisis perbedaan tingkat efisiensi ekonomi relatif diantara kelompok tenaga kerja pada industri kecil kerajinan kain troso di Kabupaten Jepara.

#### Tinjauan Pustaka

##### Industri Kain Troso di Kota Jepara

Akses pasar merupakan kebutuhan dari para pengrajin. Usaha yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran industri kain tenun troso atau usaha penawarannya adalah pihak koperasi menyediakan suatu bangunan dalam bentuk show room yang sifat bangunannya

permanen. Hal ini dilakukan agar dalam memasarkan produk dapat secara langsung tanpa bergantung pada tengkulak. Sehingga antara pengrajin dan pembeli (konsumen) dapat bertatap muka secara langsung tanpa ada pihak ketiga sehingga pengrajin dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar. Begitu juga di saat memasarkan kain tenun ikat troso ke luar negeri dapat dilakukan secara langsung oleh pengrajin itu sendiri tanpa melalui broker-broker yang ada. Karena selama ini dilakukan oleh broker. perkembangan tenun ikat troso di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara banyak mengalami kendala antara lain :

1. Belum adanya kebersamaan dalam berusaha, pengrajin masih berjalan sendiri-sendiri.
2. Belum adanya koordinasi antar pengrajin dalam pemasaran produk sehingga harga sering dipermainkan oleh tengkulak
3. Adanya persaingan harga diantara pengrajin
4. Rata-rata pengrajin belum mempunyai ijin usaha sehingga menyulitkan dalam pengembangan usaha khususnya permodalan.
5. Produksi kain tenun ikat troso banyak sehingga stock melimpah membuat harga kain tenun ikat troso turun.
6. Adanya spekulasi benang yaitu apabila bahan kain tenun ikat naik, maka bahan ditimbun, dan baru dijual apabila harga dipasaran mulai naik.
7. Kadang untuk berlangsungnya usaha, pengrajin banyak menjual produknya dengan harga terlalu murah (dibawah harga input).
8. Penjualan harga kain tenun ikat troso, kadang hanya dinaikan 5 % dari pembelian bahan baku (input) atau kadang asal kembali modal  
Depnaker telah menetapkan, pengembangan usaha kecil dan menengah mempunyai dua pola utama yaitu pengembangan unit usaha yang telah ada dan penciptaan usaha baru.

### Teori Keuntungan

Tingkat keuntungan merupakan

pencerminan tingkat keberhasilan usaha suatu perusahaan. Semakin besar tingkat keuntungan, maka semakin baik kondisi perusahaan dan mempunyai peluang yang besar untuk dapat berkembang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keuntungan dengan pendekatan fungsi keuntungan cobb-douglas yang dikembangkan oleh Pan. A. Yotopoulos dan Lawrence J. Lawrence J. Lau (1972), dan lebih disempurnakan lagi oleh Pan A. Yotopoulos dan Jeffrey B. Nugent (1976) merupakan fungsi keuntungan *unit output price* (UOP), fungsi ini dapat terwujud dengan berpedoman kepada fungsi produksi. Bentuknya adalah sebagai berikut :

$$Y = f(X_1, \dots, X_n, Z_1, \dots, Z_m)$$

di mana :

$$Y = \text{Output}$$

$$X_i = \text{input variabel (i = 1, \dots, m)}$$

$$Z_j = \text{input tetap (j = 1, \dots, m)}$$

Berkaitan dengan fungsi produksi tersebut, persamaan keuntungan yang dipergunakan adalah keuntungan jangka pendek (*short-run profit*), yaitu

$$\pi = p \cdot f(X_1, \dots, X_m; Z_1, \dots, Z_m) - \sum_{i=1}^m w_i X_i$$

Di mana :

$$\pi = \text{keuntungan jangka pendek}$$

$$p = \text{harga}$$

output

$$w = \text{harga input variabel}$$

Keuntungan maksimum tercapai pada kondisi dimana nilai *produktivitas marginal* sama dengan harga input. Secara matematis, rumus tersebut dapat dituliskan sebagai berikut :

$$p \cdot \frac{\partial F(X_i; Z_j)}{\partial X_i} = w_i$$

$W_i$  adalah harga input variabel yang dinominalkan (*normalized unit prices of variable factors*), yaitu harga input variabel yang dibagi dengan output yang dihasilkan dalam suatu proses produksi.

Didalam penggunaan fungsi keuntungan UOP (sebagaimana yang akan digunakan

untuk menganalisis keberhasilan industri kerajinan kain troso di Kabupaten Jepara) diperlukan suatu asumsi. Adapun asumsi yang dimaksudkan adalah :

1. Pengusaha kecil dianggap sebagai unit analisis ekonomi dan setiap pengusaha mempunyai motif keuntungan maksimal.
2. Industri kecil (pengrajin kain troso) sebagai unsur industri dalam melakukan kegiatannya membeli input dan menjual output berada dalam pasar persaingan sempurna

### Konsep Skala Usaha

Perluasan skala usaha pada hakekatnya merupakan suatu upaya maksimalisasi keuntungan dalam jangka panjang. Dengan perluasan skala usaha rata-rata komponen biaya masukan tetap per unit output menurun sehingga keuntungan produsen akan meningkat. Dalam hal ini tidak selamanya perluasan usaha akan menurunkan biaya produksi. Sampai batas tertentu perluasan skala usaha bahkan dapat meningkatkan biaya produksi.

Teken (1977), menyebutkan ada tiga kemungkinan hubungan antara input dengan output (skala usaha) yaitu

1. Skala usaha dengan kenaikan hasil bertambah (*increasing returns to scale*), yaitu kenaikan satu unit input menyebabkan kenaikan output yang semakin bertambah. Pada kondisi ini elastisitas produksi lebih besar satu, atau  $MP > AP$  dan  $AVC > MC$ .
2. Skala usaha dengan kenaikan hasil tetap (*constant returns to scale*), yaitu penambahan satu unit input menyebabkan kenaikan output dengan proporsi yang sama. Pada kondisi ini elastisitas produksi sama satu, atau  $MP = AP$  dan  $AVC = MC$ .
3. Skala usaha dengan kenaikan hasil berkurang (*decreasing returns to scale*), yaitu bila kenaikan satu unit input menyebabkan kenaikan output yang semakin berkurang. Pada keadaan ini elastisitas produksi lebih kecil dari satu, atau  $MP < AP$  dan  $AVC < MC$ .

Pengetahuan mengenai skala usaha disini sangatlah penting sebagai salah satu

pertimbangan mengenai pemilihan ukuran perusahaan. Apabila keadaan skala usaha dengan kenaikan hasil berkurang telah tercapai, hal ini berarti bahwa luas usaha sudah waktunya dikurangi. Sebaliknya, kalau keadaan skala usaha berada pada keadaan hasil bertambah, maka sebaiknya luas usaha diperbesar untuk menurunkan biaya produksi rata-rata dan diharapkan dapat menaikkan keuntungan perusahaan.

Hal ini berarti industri tersebut sebaiknya dilayani perusahaan yang relatif lebih besar. Kalau keadaan skala usaha dengan hasil tetap berlaku, maka rata-rata unit perusahaan yang ada tidak perlu dirubah. Pemanfaatan keadaan skala usaha yang berkaitan dengan peningkatan efisiensi ekonomis adalah penting bagi perusahaan atau industri yang sedang bersaing keras dengan industri lain atau industri yang sama baik didalam negeri maupun diluar negeri.

### Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah UKM Kain Troso di Kabupaten Jepara. Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder.

#### Metoda Analisis yang Digunakan

Dalam mencapai hasil penelitian yang secara kongkrit dapat dievaluasi, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rancangan eksperimental, merujuk pada metodologis yang dipakai Chayanov (1966) dengan dilakukan perbaikan dan penyesuaian mendasar.

### 1. Pengujian keuntungan maksimum

Pengujian terhadap tercapai tidaknya keuntungan maksimum dalam jangka pendek dilakukan dengan membandingkan parameter masing-masing faktor variabel dari fungsi keuntungan ( $\alpha_i^*$ ) dengan parameter masing-masing fungsi permintaan  $\alpha_i^*$ . Keuntungan maksimum jangka pendek akan tercapai jika  $\alpha_i^* = \alpha_i^*$ , untuk semua  $i$ .

Dengan demikian, bentuk pengujian pencapaian keuntungan jangka pendek adalah:  $H_0 : \alpha_i^* = \alpha_i^*$ ,  
 $H_a : \alpha_i^* \neq \alpha_i^*$

**2. Pengujian Perbandingan Tingkat Efisiensi Ekonomi Relatif**

Untuk melakukan pengujian berdasarkan besar kecilnya perusahaan, model fungsi keuntungan dan fungsi permintaan input variabel dimodifikasikan sebagai berikut :

$$\ln \pi_a = \ln A^{KK*} + \partial^s DKS + \partial^B DKB + \sum_{i=1}^7 a_i * \ln w_i + \sum_{j=1}^3 \beta_j J^* + \ln Z_j$$

Fungsi permintaan input variabel modelnya menjadi sebagai berikut

$$\frac{-wix_i}{\pi_a} = -\alpha_i^{KK*} + \alpha_i^{KS*} DKS$$

dimana :

$\pi_a$  = keuntungan UOP actual

$A^{KK*}$  = Intersep (KK industri kecil kecil dengan tenaga kerja 5 – 9 orang)

DKS = Variabel Dummy untuk industri kecil sedang dengan tenaga kerja sebanyak 10-14 orang, dimana DKS = 1 untuk perusahaan kecil sedang, dan DKS = 0 untuk perusahaan lainnya. Uji hipotesis kesamaan tingkat efisiensi ekonomi relatif adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} H_0: \delta^{KM} &= \delta^{KB} = 0 \\ H_a: \delta^{KM} &\neq \delta^{KB} \neq 0 \end{aligned}$$

**Pembahasan**

Industri kain troso Jepara, telah menjadi bagian dari masyarakat Jepara, sehingga pertumbuhannya tergolong unik. Keunikan pertumbuhan tersebut ditunjukkan dengan banyak golongan keluarga muda yang justru masuk dalam sektor industri ini, dalam bentuk *home industries*. Bahkan, mereka dalam posisi kurang modal-pun berani membuka usaha. Cara yang unik juga dilihat bahwa para pelaku UKM kain troso besar memberikan jasa kepada UKM kecil yang baru memiliki usaha sehingga keberlanjutan

usaha (*going concern*) sedikit dapat dipertahankan, khususnya bagi pemula.

Menurut hasil wawancara dengan Diperindagkop Kabupaten Jepara menunjukkan bahwa, terdapat kesulitan ketika melakukan pendataan jumlah, kapasitas, tenaga kerja UKM Troso di Jepara. Kesulitan itu muncul, karena adanya beberapa hal, seperti: (1) kecurigaan pelaku UKM berkaitan dengan tanggungjawab (penaan kewajiban) perpajakan; (2) mereka belum familier tentang sensus UKM termasuk manfaatnya, sehingga mereka enggan memberi data; (3) organisasi data yang dimiliki tidak lengkap, mereka mengelola secara tradisional dan lebih banyak menggunakan sifat *feeling*; (5) pertumbuhan sangat cepat, belum memiliki ijin, sehingga sulit dideteksi; (6) fluktuasi usaha sangat cepat (buka-tutup usaha) atau *turnove of going concern* usaha sangat tinggi, sehingga sulit dilakukan pendatan serta faktor lainnya.

Cara pertumbuhan dan penyebaran UKM kain troso Jepara bersifat merata ke pelosok wilayah Kabupaten Jepara. Dengan pola pertumbuhan seperti itu, UKM Troso memiliki kekuatan besar dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan tambahan pendapatan perkapita, serta memungkinkan pengembangan lebih besar dapat tercapai. Prediksi tersebut didasarkan argumen, bahwa dengan penyebaran merata maka proses pembelajaran (*learning process*) terhadap masyarakat sangat dekat, dan pola peniruan akan terjadi. Untuk itu, pola stimuli efektif sangat dibutuhkan.

**Deskripsi Legalitas Responden**

Kondisi legalitas menyangkut keabsahan usaha maupun produk dari sisi hukum atau status hukum perusahaan, seperti kepemilikan SIUP, NPWP, Hak merk, hak paten serta bentuk legalitas lainnya. Hal inilah yang sering kali yang membedakan antara usaha formal dan informal.

Hasil survey menunjukkan bahwa terdapat 6 perusahaan yang hanya memiliki ijin berupa SIUP saja, satu perusahaan yang

memiliki legalitas berupa NPWP ,6 perusahaan yang memiliki legalitas paten saja. Sementara yang lainnya, merupakan UKM yang memiliki lebih dari satu ijin legalitas baik pada status hukum perusahaan , produk dan merk. Dari hasil survey menunjukkan ,bahwa terdapat 5 perusahaan yang memiliki SIUP dan NPWP, 8 perusahaan di samping memiliki SIUP juga memiliki NPWP dan Hak Merk.

Disamping itu , terdapat perusahaan yang memiliki ijin lebih dari empat jenis yaitu SIUP, NPWP, Hak Merk dan Hak Paten yaitu 18 perusahaan. Gambar berikut ini memberikan gambaran singkat tentang legalitas responden, yaitu: sesungguhnya UKM Troso Jepara memiliki kesadaran yang relatif tinggi tentang jaminan kepastian hukum baik di usahanya (Badan Usaha) maupun dari sisi produk dan merknya. Tingginya kesadaran kepastian hukum tersebut sesungguhnya disamping di picu oleh kesadaran yang tumbuh dan berkembang dari dalam dirinya maupun stimulan dari luar, seperti kepentingan mencari pendanaan dari lembaga keuangan ( bank maupun non bank), kesempatan memperoleh sumber dana dari pemerintah, kebutuhan pasar terutama pasar ekspor, tuntutan perpajakan , serta tuntutan strategi pasar. Adanya desakan eksternal dan internal tersebut, memunculkan para pelaku UKM Troso mencari legalitas dan kepastian hukum dari usaha maupun produknya.

Menurut pendapat responden, kendala yang di hadapi mereka dalam rangka memperoleh ijin usaha serta bentuk legalitas lainnya, antara lain : (1) biaya perijinan ; (2) lama proses perijinan dan lamanya masa tunggu hingga ijin keluar; (3) tidak tahu cara mengajukan perijinan. Disamping itu, terdapat beberapa UKM Troso yang menyatakan bahwa mereka belum membutuhkan ijin.Umumnya , UKM yang merasa belum memerlukan ijin tersebut merupakan UKM yang operasinya bersifat *poco'an*, artinya mereka bekerja dengan menggarap pekerjaan milik UKM lainnya. Juga ditemui adanya apatisme dari responden terhadap pemilikan merk, yang terkadang

merk yang telah terkenal dibajak, pemilik merk tidak melakukan karena untuk mengurus ke kepolisian dan pengadilan( dalam anggapan mereka) membutuhkan biaya, tenaga, dan waktu yg tidak kecil.

### **Deskripsi Pemasaran Responden**

Dari sisi pemasaran,mulai dari pangsa pasar, sistem promosi yang digunakan, sistem pembayaran sampai pada pola pelaksanaan desain yang dilakukan dimasukan dalam pembahasan sub-bab ini. Dilihat dari sudut pandang pangsa pasar atau jangkauan pemasaran yang dimiliki oleh responden menunjukkan bahwa terdapat responden yang terdapat pangsa pasarnya bervariasi dari hanya sampai pada tingkat lokal (Jepara dan Jawa Tengah), sampainpada pasar berskala nasional maupun internasional. jumlah responden yang hanya memiliki pasar lokal di tingkat Jepara (regional) sebanyak 16 responden, sedang yang ditingkat jawa saja 11 perusahaan (19%). Sementara UKM yang memiliki pangsa pasar sampai tingkat nasional saja

Sebanyak UKM Troso (9%) dan pasar internasional saja 7 (12%).Sedangkan yang mampu menembus pasar ekspor mencapai 9 (19%) responden. Disamping itu, kebanyakan UKM Troso memiliki pasar secara campuran disamping tingkat regional, jawa, nasional dan internasional, meskipun jumlah masih relatif kecil. Melihat konteks seperti itu, sesungguhnya Troso Jepara bukan sekedar Troso yang hanya memenuhi kebutuhan masyarakat lokal, melainkan telah merambah sampai pada tingkat yg lebih luas.Untuk itu, upaya stimulan efektif sangat di butuhkan, dalam rangka mendukung ketercapaian pangsa pasar yang luas bagi UKM, karena keberadaan Troso tersebut sangat dibutuhkan konsumen diluar Jepara.

Dilihat dari cangkupan media promosi dan strategi/metode penjualan atau responden ternyata cukup variatif. Mereka pada umumnya mereka menggunakan media promosi dan metode penjualan lebih dari satu jenis, meskipunjuga masih terdapat sejumlah resoponden yang menggunakan media responden tertentu saja.terdapat 8 jenis media/metode yang digunakan oleh para

responden dalam mempromosikan jenis produksinya, yaitu pameran, website, media cetak, elektronik, personal sales, toko, Mitra Jepara dan mitra dari luar Jepara. Sementara komposisi penggunaan media tersebut variatif, antara lain : Media promosi dan metode penjualan dengan menggunakan mitra di Jepara merupakan media yang sering digunakan oleh para responden. Pola ini, seperti getok tular, pemerintah di Jepara, serta bentuk mitra kerja lain. Sebanyak 40 responden dari 58 responden pernah menggunakan media tersebut dalam melakukan promosi produknya.

Media promosi dan strategi penjualan mitra di luar Jepara termasuk bentuk promosi yang sering digunakan oleh responden. Paling tidak terdapat 35 responden pernah menggunakan media tersebut dalam melakukan promosi. Pameran merupakan jenis yang sering digunakan oleh para responden, yaitu terdapat 19 responden dari 58 responden yang pernah menggunakan media ini dalam mempromosikan produknya.

Sedangkan strategi membuka maupun bekerja sama dengan konter toko Troso baik di dalam maupun di luar, media pameran baik yang diselenggarakan secara local, regional, nasional, maupun internasional, dimana paling tidak terdapat 19 responden pernah melakukan pameran dengan masing-masing responden melakukan dengan intensitas yang berbeda, selanjutnya adalah media cetak, elektronik, penggunaan *sales* dan *website* meskipun hanya beberapa responden, namun juga digunakan untuk melakukan promosi produk.

Terkait dengan kepemilikan merk Troso oleh para responden, hasil survey menunjukkan bahwa dari 58 responden yang diteliti ternyata terdapat 46 responden memiliki merk sendiri, sedang yang tidak memiliki merk sendiri adalah 10 responden dari 58 responden (18%). Melihat konteks kepemilikan merk dagang oleh para UKM di sentral industry Jepara tersebut, sesungguhnya mereka memiliki keseriusan besar dalam mengembangkan produk dan skala usaha. Karena mereka ingin menunjukkan eksistensi dan keinginan untuk

mengidentifikasi potensi produknya di pasar, sehingga upaya merebut pasar sangat kuat.

Sementara kesepuluh responden yang tidak memiliki merk produk tersebut merupakan jenis UKM Troso yang berskala mikro dengan jumlah karyawan dan omzet yang kecil. Umumnya mereka adalah UKM yang proses produksi berupa mengambil kerjaan UKM Troso dan tenun lain yang digarap ditempat atau rumahnya (dalam bahasa mereka: *pocoan*). UKM jenis ini perkembangannya bergantung dari UKM lain, meskipun mereka kecil kemungkinan resiko yang dideritanya, selain dari resiko kerusakan saat produksi. System pembayaran pada berbagai UKM Troso ini bervariasi. Dan memang keunggulan UKM adalah fleksibilitasnya dalam operasinya, termasuk pembayarannya. Responden tidak hanya menggunakan system pembayaran yang lebih dari satu jenis ( memakai berbagai alternative pembayaran ). Paling tidak dari 58 responden, 55 responden menggunakan system pembayaran secara gabungan; 17 reponden pernah menggunakan konsinyasi, 30 responden menggunakan penjualan tunai, 22 responden menggunakan dengan pembayaran dengan giro dan 7 responden menggunakan system penjualan lewat transfer rekening.

Menurut para responden, kecilnya pola pembayaran system transfer dan giro karena banyak diantara mereka tertipu ketika menggunakan system giro dan transfer. Banyak tipuan yang pernah dialami mulai dari giro mundur atau kosong pada saat jatuh tempo. Atau setelah diadakannya pengiriman tidak dilakukan (baik sama sekali maupun terlambat) transfer dana.

### **Deskripsi Kondisi Manajemen dan Administrasi Responden**

Kondisi manajemen dan administrasi responden menjelaskan tentang kondisi pengelolaan organisasi dan sisi administrasi yang dilakukan oleh para responden. Sebagai mana yang terjadi pada usaha di level UKM yang lain, bahwa usaha mereka umumnya di kelola secara otodidak tidak seperti

pengelolaan usaha- usaha pada perusahaan berskala besar.

Dalam sisi pembagian kerja karyawan menunjukkan bahwa pada umumnya mereka telah melakukan pembagian kerja yaitu sebanyak 25 responden dari 58 responden. Namun perlu di ketahui, pola pembagian kerja yang dilakukan tidak terformat dengan baik dalam bentuk bagan alur pembagian kerja ( struktur organisasi ) yang terformalkan. Bahkan *job description* pun tidak di buat dengan baik dan formal. Pembagian kerja mereka dilakukan secara informal, dimana pemilik secara langsung membagi secara lisan dan alamiah.

Sementara responden yang secara eksplisit menyatakan tidak terdapat pembagian kerja adalah sebanyak 22 responden. Mereka ini didominasi oleh UKM yang berskala kecil dengan karyawan berkisar 1 sampai 10 tenaga kerja. Mereka umumnya menggunakan kerja pola *serabutan*, dengan saling menunjang. Sedangkan responden yang tidak memberikan komentar atau jawaban sebanyak 11 responden. Gambar 4.12 memberikan gambaran pembagian kerja bagi karyawan UKM yang menjadi responden.

Jika dilihat dari jawaban responden mengenai laporan keuangan yang dibuat, menunjukkan bahwa terdapat 15 responden yang menyatakan bahwa penyusunan laporan keuangan telah mengacu kepada standar akuntansi keuangan ( SAK ). Hal ini cukup positif, mengingat mereka telah berusaha. Terdapat 11 responden yang menggunakan komputerisasi dalam pencatatan dan administrasi, sedang 26 responden menyatakan tidak menggunakan komputerisasi dan sisanya tidak memberikan jawaban. Hal itu menunjukkan bahwa sesungguhnya mereka menggunakan pola konvensional, dan bahkan diantara mereka masih menggunakan catatan harian dalam banyak aktivitasnya, sehingga mereka belum menggunakan, meskipun sesungguhnya mereka mampu berinvestasi pada peralatan tersebut. Bahkan terdapat resepsi responden terkait dengan komputerisasi yang dinyatakan saat dilakukan oleh cara bahwa

sesungguhnya terpenting bagi mereka belum komputerisasinya, melainkan kejujuran diantara mereka (karyawan), dan mereka merasa tidak ada masalah pencatatan dan pembukuan yang dilakukan seadanya, toh usaha mereka hingga saat ini masih tetap berjalan dan tetap bisa dikendalikan dengan baik.

Melihat konteks seperti itu, dapat diinterpretasikan bahwa sesungguhnya tingkat kepercayaan diri dan kewiraswataan yang menonjol dengan kurang memperhatikan efisiensi kerja melalui kegunaan teknologi. Tidak jarang mereka menganggap bahwa adanya computer justru membuat pekerjaan menjadi lebih sulit. Hal ini mencerminkan kemampuan dan tingkat melek teknologi mereka rendah. Pada umumnya responden menyatakan mereka mengetahui tentang harga pokok produk. 54 responden dari 58 responden menyatakan mereka mengetahui tentang harga pokok produksi dan sebanyak 53 responden menyatakan tidak mengetahui.

Namun sesungguhnya makna mengetahui harga produksi disini tidak sama atau sesuai dengan kaidah harga pokok produksi, bagaimana dalam standar akuntansi. Hal ini terjadi pada beberapa responden.

Terdapat sebagian diantara mereka menganggap bahwa harga pokok produksi adalah seluruh biaya yang mereka korbakan untuk usaha dalam satu periode tertentu. Termasuk, biaya-biaya yang sesungguhnya tidak relevan untuk semua produk, tetap dimasukkan dalam penentuan harga pokok produksi produk tertentu. Implikasinya sering terjadi overestimate dalam penentuan harga pokok produksi. Terdapat 11 responden yang menggunakan komputerisasi dalam pencatatan dan administrasi, sedang 26 responden menyatakan tidak menggunakan komputerisasi dan sisanya tidak memberikan jawaban. Hal itu menunjukkan bahwa sesungguhnya mereka menggunakan pola konvensional, dan bahkan diantara mereka masih menggunakan catatan harian dalam banyak aktivitasnya, sehingga mereka belum menggunakan, meskipun sesungguhnya

mereka mampu berinvestasi pada peralatan tersebut.

Bahkan terdapat resep responden terkait dengan komputerisasi yang dinytakan saat dilakukan oleh cara bahwa sesungguhnya terpenting bagi mereka belum komputerisasinya, melainkan kejujuran diantra mereka (karyawan), dan mereka merasa tidak ada masalah pencatat dan pembukuan yang dilakukan seadanya, toh usaha mereka hingga saat ini masih tetap berjalan dan tetap bisa dikendalikan dengan baik.

#### **Deskripsi Kondisi Keuangan Responden**

Sebagaimana karakter sebagai usaha kecil dan menengah, sesungguhnya UKM Troso di Jepara memiliki kesamaan karakter sama dengan UKM di industri lainnya, dilihat struktur pemodalannya yang ada pada perusahaan. Sebagaimana bentuk usaha yang merupakan perusahaan perseorangan dan keluarga.

Sebagian besar UKM responden memberikan gaji telah sesuai dengan UMR yaitu sebanyak 40 responden (70%), sedangkan UKM yang memberikan gaji diatas UMR sebanyak 9 UKM 58 responden atau 16%, dan yang dibawah UMR hanya satu UKM saja. Melihat konteks seperti itu, nampaknya terhadap ikatan baik dan sekaligus upayamemenuhi kewajiban sebagaimana digariskan peraturan untuk memberikan dan meningkatkan kesejahteraan karyawan sesuai standar kebutuhan daerah.

Terkait dengan upaya untuk meningkatkan skill karyawan disatu sisi dan meningkatkan kinerja karyawan disisi lain, responden (UKM) memberlakukan dan memberikan pelatihan. hal itu dilakukan karena terkait dengan usaha untuk meningkatkan kemampuan kerja karyawan dan upaya memberikan motifasi lewat pola pembelajaran, meskipun tidak dalam jumlah yang besar.

Dari 58 responden yang menjadi sample penelitian kali ini, terdapat 14 UKM yang menyelenggarakan pengembangan karyawan lewat sitem pelatihan, sedang yang 29 responden tidak menyelenggarakan pelatihan untuk karyawan. Bagi UKM yang tidak

menyelenggarakan pelatihan untuk umumnya, pemilik perusahaan yang memiliki skill utama di banding Troso dan tenun memberikan sebagian besar UKM responden memberikan gaji telah sesuai dengan UMR yaitu sebanyak 40 responden (70%), sedang UKM yg memberikan gaji diatas gaji UMR hanya satu UMK saja. Melihat konteks seperti itu, nampaknya terdapat itikad baik dan sekaligus upaya memenuhi kewajiban sebagaimana digariskan peraturan untuk memberikkan dan meningkatkan kesejahteraan karyawan sesuai standar kebutuhan daerah.

Terkait dengan upaya untuk meningkatkan skil karyawan disatu sisi dan mengikatkan kinerja karyawan disisi lain, responden (UKM) memberlakukan dan memberikan pelatihan. Hal itu dilakukan karena terkait dengan usaha untuk meningkat kemampuan kerja karyawan dan upaya memberikan motivasi lewat pola pembelajaran, meskipun tidak dalam jumlah yg besar. sebagaimana bahwa terdapat 14 UKM yg menyelenggarakan pengembangan karyawan lewat system pelatihan, sedang yg 29 responden tidak menyelenggarakan pelatihan untuk karyawan. Bagi UKM yg tidak meyelenggarakan pelatihan umumnya, pemilik perusahaan yg memilik skill utama dibidang Troso dan tenun memberikan Tutorial secara olangsuing pada karyawan, khususnya bagi karyawan baru kepada saat mereka bekerja (langsung aplikasi dalam kerja harian). Sementara guna menjaga hubungan kerja dan sekaligus merupakan kontrak kerja antara karyawan dan pengusaha (UKM) terdapat beberapa UKM hak dan kewajiban yg telah memiliki dan mengaplikasi Peraturan Perusahaan. Harapan adanya peraturan perusahaan tak lain untuk mengatur hak dan kewajiban antara karyawan dan perusahaan disatu sisi, disisi lain juga berguna untuk menjalin hubungan baik antara karyawan dengan perusahaan.

#### **Analisis Masalah UKM Troso**

##### **Bidang Pemasaran**

Responden penelitian kali ini yang merupakan UKM Troso di sentra Troso Kabupaten Jepara sebagaimana yang terjadi



pada UKM di sentra bisnis yang lain tentu banya kekurangan dan kelemahan. Satu tipe kekurangan, khususnya di bidag pemasaran adalah luas pangsa pasar serta berbagai faktor yang mempengaruhi perkembangan pemasaran.

Hasil survei terhadap 58 responden tentang hal - hal yang selama ini menjadi

No	Permasalahan yang dihadapi	Harapan Bantuan
1	Ketidak mampuan dalam persainagn harga	Membuka jarinagn pemasaran
2	Tidak mengetahui akses ekspor	Sistem pengendalian dalam pemasaran
3	Mahalnya biaya untuk transportasi	Solusi konstruksi sistem transportasi yang meringankan
4	Ketergantungan terhadap musim	Solusi metode pemasaran yang efektif untuk UKM Troso
5	Monotonitas motif yang dimiliki	Bantuan pameran
6	Harga barang baku yang cenderung naik dan tak stabil	Bantuan informasi murah
7	Lemah system pengendalian pada <i>personalia selling</i>	Bantuan adanya asosiasi yang membantu pemasaran
8	Proses produksi lama, kurang efektif dan efisien	
9	Kualitas kurang kompetitif	

constrain dan sekaligus menjadi problem lapangan UKM Troso Pakalongan dalam rangka perkembangan pemasaran usaha antara lain

**Tabel 1**  
**Masalah Yang Dihadapi Responden Bidang Pemasaran**

#### **Bidang Keuangan dan Permodalan**

Tak jauh beda Pada aspek pemasaran sesungguhnya banyak kendala dalam pengembangan usaha. Hasil survey terhadap responden menunjukkan bahwa dalam bidang keuangan responden memiliki kelemahan dan

sekaligus *constrain* dalam pengembangan usaha. Permasalahan empiris yang dihadapi para UKM Troso Jepara, antara lain

**Tabel 2**  
**Masalah yang Dihadapi Responden Bidang Keuangan**

No	Permasalahan yang Dihadapi	Harapan Bantuan
1	Sering dibayar dengan menggunakan biro kosong	1. Pencari sumber dana murah
2	Tidak memiliki tenaga ahli dibidang keuangan	2. Bantuan solusi <i>bankcable</i>
3	Sering terjadi pembayaran mundur dari konsekuensi sehingga tidak mampu membeli bahan baku	3. Pendampingan dan pelatihan manajemen keuangan
4	Keterbatasan modal	4. Pelatihan dan pendampingan administrasi keuangan
5	Pencatatan keuangan yang tidak baik	5. Solusi sumber pembiayaan yang tidak memberatkan
6	Akses biaya yang sangat terbatas	6. Membantu membuka akses sumber dana dan bantuan dana murah
7	Kurang <i>bankcable</i>	
8	Keterbatasan modal kerja	
9	Ketergantungan terhadap pemberi order	

#### **Bidang Kepersonaliaan**

Pada bidang kepersonaliaan juga memiliki berbagai permasalahan relative mendasar. Hasil survey dan wawancara

terhadap responden tentang kendala dan masalah yang dihadapi untuk dicarikan solusi dalam masa jangka pendek terlihat sebagai mana dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3**

**Masalah yang Dihadapi Responden  
Bidang Personalialian**

No	Permasalahan yang Dihadapi	Harapan Bantuan
1	Pegawai sering tidak disiplin	1. Membantu pendampingan dan pelatihan manajemen kepersonalialian
2	Kerjasama tim dalam organisasi kurang	2. Melatih karyawan membuat perjanjian kerja
3	Belum ada perjanjian kerja	3. Membuat pengendalian kualitas barang khususnya kerja pocioan yang dibawa pulang
4	Hubungan kerja masih bersifat informal	4. Pendampingan dan pelatihan cara membuat <i>job description</i>
5	Karyyyawan kurang teliti dalam melaksanakan tugas	5. Pembuatan struktur organisasi
6	Perpindahan tenaga kerja sangat tinggi	
7	Banyak pekerja system pocioan yang garapannya dibawa kerumah sehingga sulit dalam pengawasan	

**Bidang Administrasi**

Keterbatasan pendidikan dan tenaga *skill* berdampak pada kerapian, ketepatan, dan kerapian dalam manajemen dan administrasi. Hasil survey dan wawancara terhadap responden jdengan kendala dan permasalahan skill yang dihadapi oleh tenaga *skill* berdampak pada kerapian

Perlu pemecahan segera, dan jika perlu pihak ketiga membantunya. Beberapa masalah tersebut antara lain

**Tabel 4**

**Masalah yang dihadapi Responden  
Bidang Produksi**

No	Permasalahan yang dihadapi	Harapan bantuan
1	Produksi lambat dan berbiaya tinggi	1. Pendampingan dan pelatihan dalam proses produksi yang efektif dan efisien
2	Banyak kerusakan dalam proses produksi	2. Membantu dan mendampingi mendisain sistem pengawasan produksi
3	Belum memiliki sistem pengawasan produksi yang terstandar	3. Mencarikan solusi teknologi untuk pengganti kondisi cuaca
4	Kurang mampu menyesuaikan tren model	4. Membantu mencari jalan keluar dalam memperoleh cap Troso.
5	Gangguan cuaca	5. Pelatihan dalam membuat desain Troso
6	Kurangnya tenaga terampil	
7	Peralatan yang sederhana	

**Bidang Jaringan Usaha**

Terkait tipe usaha yang masih kecil, ternyata dibidang jaringan usaha sangat terbatas. Keterbatasan akses tersebut membuat posisi UKM responden menjadi kurang mampu mengembangkan diri karena keterbatasan informasi dan bahkan

berdampak pada keterbatasan pangsa pasar. Kendala mendasar yang dihadapi responden terkait dengan upaya jejaring tersebut,s dan solusi seperti dalam tabel 5.

**Tabel 5**

**Masalah yang Dihadapi Responden  
Bidang Jaringan Usaha**

No	Permasalahan yang dihadapi	Harapan bantuan
1	Umumnya mereka sulit terbuka untuk bergabung dalam asosiasi	1. Membangun mencari networking bisnis.
2	Kurang mampu membangun jaringan	2. Memaksimalkan dan atau membuat asosiasi
3	Tidak tahu cara masuk jaringan (misal koperasi, asosiasi dan lainnya)	3. Membantu masuk dalam suatu asosiasi
4	Kurang cocok dengan jaringan usaha	4. Memberikan pemahaman pentingnya asosiasi dan jaringan usaha
5	Kurang informasi & komunikasi	
6	Umumnya mereka lebih mengandalkan kemandirian	

### Simpulan

Adapun hasil dari penelitian tahap ini dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Sampel penelitian atau jumlah responden yang dihasilkan disurvei dan diwawancarai 58 responden yang berada di kabupaten dan kota Jepara.
2. Hasil analisis quality grade menunjukkan bahwa terdapat dua type kelas grade pada UKM Troso Jepara yang dijadikan responden yaitu UKM yang ber-quality Grade A yaitu sebanyak 2 UKM dan UKM yang ber-quality grade B yaitu sebanyak 36 UKM dan yang quality grade C sebanyak 15 UKM. Artinya bahwa terdapat 2 UKM yang berkategori sangat sehat dilihat dari tujuh perspektif (legalitas, SDM, manajemen dan administrasi, keuangan, pemasaran, jaringan usaha dan produk). Disamping itu juga terdapat 36 UKM diTroso yang dalam kategori sehat dalam ketujuh perspektif sera 15 UKM berkategori cukup sehat.
3. Dilihat dari sudut pandang masalah yang dihadapi oleh para UKM Troso di Jepara dan UKM jenis lainnya pada dasarnya memiliki kemiripan. Namun demikian dalam rangka kontrukruksi desain stimulan maka ternyata ditemukan berbagi masalah spesifik responden, antara lain:
  - a. Pemasaran: system pemasaran pada personal selling, transportasi yang mahal, jaringan pemasaran yang tidak dapat berkembang, tergantung pada musiman, kurang memahami prosedur dan jaringan ekspor, motif yang monoton kurang berkembang sehingga kurang kompetitif, harga pokok tinggi, kualitas dan lain-lain.
  - b. Keuangan dan permodalan: sering ditipu dengan giro kosong, tidak memiliki tenaga ahli keuangan, tidak memahami manajemen keuangan, sering terjadi pembayaran dari langganan mundur sehingga menghambat pembelian bahan baku, catatan dan kalkulasi keuangan yang tidak rapi dan cenderung tak terstruktur dengan baik, kurang bankcable
  - c. Kekurangan modal sering terganggu dengan stabilitas modal kerja dan lain-lain.
  - d. Kepersonaliaan / MSDM : kurang mampu mengelola karyawan dengan baik sehingga sering terjadi indisipliner, kurang mamu membangun kerjasama tim antar karyawan dengan baik, tingkat employee turnover tinggi terutama karyawan kunci, hubungan kerja sangat informal, skill karyawan rendah, karyawan tidak menguasai job description, tidak mengetahui manajemen kepersonaliaan.
  - e. Manajemen dan administrasi : tak memiliki tenaga kerja yang memiliki skill administrasi, sistem pencatatan dan keadministrasian belum dilakukan dengan baik dan cenderung asal-asalan, tidak memiliki karyawan yang mampu melakukan administrasi berbasis komputer, karyawan administrasi bersifat otodidak, tidak memiliki dan mengenal sistem informasi keadministrasian meskipun sederhana dan lain-lain.
  - f. Legalitas : responden menganggap biaya melakukan perijinan mahal, mereka umumnya tak tahu prosedur untuk memperoleh legalitas, mereka menganggap bahwa kurang begitu penting, karena sering terjadi pembajakan tetapi tak ada penegasan hukum (pembajakan merek, hak paten, dan lain-lain), mereka umumnya kurang tahu tentang arti penting legalitas bagi dunia usaha dan terdapat sebagian yang merasa belum waktunya memiliki legalitas.
  - g. Produksi : biaya yang digunakan masih terlalu tinggi (tidak efisien, sistem produksi manual, tinggi

produk yang rusak, dan sisa produk terlalu banyak, kurang mampu mengikuti tren, tak mampu mengatasi gangguan cuaca dalam proses produksi, belum memiliki peralatan yang memadai, tenaga kerja trampil masih sangat terbatas.

- h. Jaringan usaha : mereka umumnya masih tertutup sehingga belum banyak masuk ddalam asosiasi dan kelompok lainnya, sulit dilakukan pertemuan dalam forum komunikasi UKIM Troso sebagai wahana membangun komunikasi, kurang mampu membangun jejaring, tak mengetahui bagaimana memulai masuk dalam satu asosia, kurang informasi dankomunikasi, terlalu percaya pada potensi diri sehingga kurang peduli terhadap keberadaan asosiasi.

4. Setelah dilakukan analisis regrouping didasarkan atas masalah dan kebutuhan dalam rangka tawaran stimulasi, maka diketemukan tiga kelompok UKM, yaitu :

- Kelompok A, yang merupakan tipe UKM yang berkategori sangat baik.
- Kelompok B, berkategori baik.
- Kelompok C, berkategori cukup baik.

#### Daftar Pustaka

- Alberto P. Capati et. Al, 1993, In Search of New and Innovative Concepts for Small Scale Enterprise Promotion, *Paper and Proceeding of the International Conference on New and Innovative Concepts for small Scale Enterprise Promotion held in Ho Chi Minh City, Vietnam, 14-16 December 1992*, Library National University of Singapore.
- Anonymous, 1992, Profil Industri Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta (Laporan Penelitian oleh FE dan LPPM Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dalam Karya Penelitian Universitas Atmajaya, Edisi 2 Tahun I, November 1992.
- Anonymous, 1994, Kebijakan Departemen perdagangan dalam Rangka Meningkatkan Ekspor Industri Kecil di Jawa Timur, Kanwil Departemen Perdagangan Jawa Timur.
- Bambang Setiaji, 1996, Wanita Pekerja Industri Rumah Tangga : Kesejahteraan dan Perlindungan Hak, dalam Akademika No. 01/Th. XIV/1996, Muhammadiyah Press, Surakarta.
- Budi Sutrisno, 1994, Industrialisasi Indonesia : Antara Strategi dan Realisasi : Sebuah Catatan terhadap kendala dan Prospek Industrialisasi Indonesia, dalam Akademika No. 02, Th. XII, 1994, Muhammadiyah Press, Surakarta
- Babacus, E. dan Boller, 1992, *An Empirical Assesmentof the SERQUAL scale*, Journal of Business Research, 24, hal 253-268
- Chayanov, A.V, 1966, *The Theory of Peasant Economy*, Manchester University Press.
- Crosby, P.B, 1979, *Quality is Free The Art of Marketing Quality Certain*, Mc. Graw Hill Book Company
- Cronin, J.J dan Taylor, A.S, 1992, *Measuring Service Quality: A Reeximination and Extension*, Journal of Marketing, 56, hal 55-68
- Dean. J.W, dan Bowen. D.E, 1994, *Management Theory and Total Quality; Improving Research and Practice Throuhg Theory Development*, Academy of Management Review
- Fandy.T, 2000, *Prinsip-prinsip Total Quaty Service*, Andi Yogya
- Handriana. T, *Analisis Perbedaan Harapan Kulaitas Jasa pada Lembaga Pendidkan Tinggi di Surabaya*, Tesis
- Kettinger.J.W DAN Lee. C.C, 1994, *Perceived Service Quality and User Satisfaction with*

*the Information Service Function,*  
Decision Science, 23, hal 737-766

Lewis. R.g, dan Smith. D.h, 1994, *Total Quality in Higer Education,* Delray Beach, Florida: St. Lucie Press

Marwah M. Diah, 2006, *Good Corporate Governance,* Materi Diskusi Ilmiah Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Hukum Uniisula

Republik Indonesia, Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah.

\_\_\_\_\_, *Undang-Undang No. 25 tahun 1999* tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah.

Stamatis. D.H, 1996, *Total Quality Service,* St, Lucia Press, USA

Stamatis. D.H, 1996, *Total Quality Service: Principles, Practice & Implementation,* Singapore: SSMB Publising Division