

OPTIMALISASI STRATEGI DALAM MENUMBUHKAN WIRAUSAHA KECIL MENENGAH (WKM) YANG TANGGUH

Asrawi Fahmi Mingka⁽¹⁾
awimingka@gmail.com⁽¹⁾

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Sektor UKM merupakan sektor “penyelamat” ekonomi selama krisis Indonesia dan memberikan pemahaman baru kepada masyarakat dan pemerintah tentang pentingnya UKM dan sektor informal. UKM menghadapi sejumlah masalah, antara lain: (1) masalah pendidikan, motivasi dan teknis, (2) masalah produksi, (3) masalah pemasaran, (4) masalah keuangan, dan (4) lingkungan bisnis yang kurang menguntungkan. Pengembangan usaha UKM memerlukan analisis SWOT untuk mendiagnosis faktor internal dan eksternal. Perlu mengidentifikasi aspek kebutuhan dan pengelolaan karakteristik produk, pasar, teknologi, modal dan sumber daya manusia.

Kata Kunci : Kewirausahaan, UKM

ABSTRACT

The UKM sector was the economic “savior” sector during Indonesia’s crisis and gave the public and the government a new understanding of its importance to UKM and the informal sector. UKM faces a number of problems, including: (1) educational, motivational and technical issues, (2) production issues, (3) marketing issues, (4) financial issues, and (4) a less favorable business environment. UKM business development requires SWOT analysis to diagnose internal and external factors. Need to identify the necessity and management aspects of product characteristics, market, technology, capital and human resources.

Keywords : Entrepreneurship, UKM

PENDAHULUAN

Dalam krisis multidimensi yang terjadi saat ini, fakta membuktikan bahwa sektor usaha kecil menengah (UKM) dan sektor informal justru menjadi penyelamat perekonomian Indonesia. Krisis 1997 menyebabkan runtuhnya industri-industri skala besar, bahkan pada tahun 1998 pertumbuhan ekonomi Indonesia minus 13% dan tingkat inflasi 77%. Pemulihan ekonomi terus berlanjut, bahkan pada tahun 2003, sektor ekonomi diperkirakan tumbuh sebesar 3,8%, sedangkan inflasi diperkirakan dapat ditekan sebesar 9% setiap tahun.

Sementara itu, masa krisis telah menciptakan kesadaran baru baik dari masyarakat maupun pemerintah tentang pentingnya UKM, UKM dan sektor informal. Tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk melakukan kegiatan wirausaha/wirausaha

(berdiri atau bekerja sendiri). Istilah entrepreneurship merupakan istilah yang diterjemahkan dari entrepreneurship, dan istilah lain entrepreneurship diterjemahkan menjadi entrepreneurship. (Kamus Manajemen – LPPM). Kewirausahaan berarti seseorang yang dapat memulai atau menjalankan suatu usaha. Wirausahawan adalah seseorang yang memiliki pengetahuan luas tentang lingkungan dan membuat keputusan tentang masyarakat dan pemerintah tentang pentingnya sektor usaha kecil dan sektor usaha kecil. Tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk melakukan kegiatan wirausaha/wirausaha (berdiri atau bekerja sendiri). Kata entrepreneurship diterjemahkan dari entrepreneur, dan kata lain entrepreneurship diterjemahkan ke dalam

Entrepreneurship. (Kamus Manajemen LPPM). Kewirausahaan mengacu pada seseorang yang dapat memulai dan/atau

menjalankan bisnis. Wirausahawan adalah orang yang memiliki pemahaman yang luas tentang lingkungan, membuat keputusan tentang lingkungan bisnis, mengelola sejumlah modal tertentu, dan menghadapi ketidakpastian untuk memperoleh keuntungan.

Keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha atau wirausaha seringkali dilatarbelakangi oleh beberapa kondisi, antara lain: Kondisi yang dapat memberikan dorongan tersebut antara lain: (1) orang tersebut lahir dan/atau dibesarkan dalam keluarga dengan tradisi bisnis yang kuat (trust modalities); (2) Seseorang dalam keadaan depresi sehingga tidak memiliki pilihan lain selain menjadi wirausaha (stress modalities), dan (3) orang yang sudah bersiap menjadi wirausaha (emotion modalities).

Studi Sulasmi (1989) terhadap 22 pengusaha wanita di Bandung juga menunjukkan bahwa sekitar 55% pengusaha tersebut memiliki keluarga bisnis (orang tua, suami, atau kerabat bisnis). Sedangkan menurut penelitian Mu'minah (2001) terhadap delapan pengusaha sukses di Pangandaran, semua pengusaha tersebut terpaksa memulai usahanya. Menurut Muhandri (2002), kategori ketiga (modalitas emosional) umumnya adalah wirausahawan berpendidikan tinggi. Orang-orang dalam kategori ini menghadapi ketidakpastian untuk mempersiapkan lingkungan bisnis, mengelola modal tertentu dan menghasilkan keuntungan. Keputusan seorang wirausaha atau seseorang untuk menjadi wirausaha seringkali dipicu oleh beberapa kondisi: Kondisi di mana dorongan tersebut dapat diberikan adalah sebagai berikut: (1) Seseorang yang lahir dan/atau dibesarkan dalam keluarga yang memiliki tradisi kuat di bidang usaha (trust modality). (2) Depresi, tidak ada pilihan selain menjadi pengusaha (Tension Modalities), (3) Mereka yang sebenarnya sedang mempersiapkan diri menjadi pengusaha (Emotion Modalities). Studi Sulasmi (1989) terhadap 22 pengusaha wanita di Bandung juga menunjukkan bahwa sekitar 55% pengusaha tersebut memiliki keluarga bisnis (orang tua, suami, atau kerabat bisnis). Sedangkan menurut penelitian Mu'minah (2001) terhadap delapan pengusaha

sukses di Pangandaran, semua pengusaha tersebut terpaksa memulai usahanya. Kategori ketiga (modalitas emosional)

UKM masih dipersepsikan sulit berkembang dan menghadapi banyak tantangan, antara lain lemahnya manajemen/pengembangan sumber daya manusia, produk yang dihasilkan, pasar yang terbatas, teknologi yang ketinggalan zaman, dan modal yang minim. Dunia bisnis saat ini, di sisi lain, sangat kompetitif dan untuk eksis diperlukan kemampuan untuk memahami situasi yang berbeda dan berbagai hambatan yang ada, terutama untuk pertumbuhan dan perkembangan, diperlukan pengetahuan dan keterampilan manajemen UKM. Tulisan ini berupaya memahami pentingnya strategi menumbuhkan wirausahawan/UKM yang tangguh untuk meningkatkan peran UKM dalam pertumbuhan ekonomi suatu bangsa.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuel dalam bukunya *Entrepreneurship* (1999), istilah *entrepreneurship* adalah tindakan kreatif yang membangun nilai dari sesuatu yang tidak ada. Kewirausahaan adalah proses menangkap dan mewujudkan peluang terlepas dari sumber daya yang tersedia dan membutuhkan keberanian untuk mengambil risiko yang diperhitungkan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausahawan adalah orang yang pandai atau berbakat tentang produk baru, mengatur operasi produk baru, menentukan metode produksi baru, mengatur operasi pengadaan produk baru, memasarkannya, dan mengelola modal kerja.

Raymond Khao, dalam bukunya yang berjudul "Definition of Entrepreneurship," wirausahawan adalah orang yang menciptakan proses memelihara ide, menggabungkan sumber daya, dan meningkatkan kekayaan dan nilai dengan mewujudkan ide. Kewirausahaan menciptakan kemakmuran pribadi dan menambah nilai bagi masyarakat.

Definisi Kao bertujuan untuk membedakan pengusaha dari yang lain: adanya ide-ide baru (inovasi), keberanian

mengambil risiko, penciptaan nilai tambah, dan yang terpenting, kemakmuran masyarakat luas.

Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Sharborough (1996) berpendapat bahwa kewirausahaan adalah upaya untuk menciptakan nilai dengan menanamkan peluang bisnis, mengambil risiko yang sesuai dengan peluang yang ada, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen yang memobilisasi manusia, keuangan, dan beragam Sumber daya. Kekuatan diperlukan untuk keberhasilan proyek.

Dari pengertian di atas, dapat diketahui beberapa hal penting yang dimaksud dengan kewirausahaan, yaitu:

1. Untuk melakukan sesuatu harus ada usaha atau kegiatan.
2. Penciptaan nilai, yaitu nilai baru, yang mengarah pada kenyataan bahwa apa yang dihasilkan dapat memiliki nilai tambah di pasar dan memiliki keunggulan.
3. Adanya peluang bisnis. Yaitu keterampilan dan kecepatan dalam mengidentifikasi peluang bisnis.
4. Ambil risiko. Bahwa dalam konsep kewirausahaan, wirausahawan berani dan berani mengambil resiko dan keuntungan dapat diperoleh dari resiko tersebut.
5. Memiliki keterampilan atau pengalaman di bidang manajemen dan komunikasi. Artinya dengan mengadopsi konsep kewirausahaan, seseorang dituntut untuk memiliki pengalaman atau keterampilan dalam mengelola kegiatan organisasi dan kemampuan berkomunikasi.
6. Kemampuan mengarahkan berbagai kemampuan yang ada dan dibutuhkan oleh wirausahawan, seperti sumber daya manusia, keuangan, dan berbagai sumber daya yang dibutuhkan agar suatu usaha dapat dijalankan dan berhasil.

Menurut definisi Rhenald Kasali, wirausahawan adalah orang yang suka berubah. Ia membuat berbagai penemuan yang menjadikan dirinya unik, menciptakan nilai tambah, dan memberikan manfaat bagi

dirinya dan orang lain. Karyanya berkelanjutan (bukan ledakan sementara), dan dia dapat bekerja secara efektif di bidang lain di masa depan yang dilembagakan. Tangan orang lain. Demi kenyamanan, mungkin kita hanya perlu mengingat lima ciri wirausahawan yang baik, yaitu:

1. Berani mengambil risiko berarti berani memulai beberapa hal yang tidak pasti dan berisiko. Dalam hal ini, tidak semua risiko, tetapi hanya risiko yang diperhitungkan dengan cermat.
2. Suka menantang segala sesuatu dipandang sebagai tantangan daripada masalah. Perubahan konstan dan waktu gila adalah kekuatan pendorong kemajuan, tidak menghalangi pengusaha yang luar biasa. Pengusaha seperti itu akan terus mendorong dirinya ke depan dan mengatasi semua rintangan.
3. Wirausahawan yang memiliki daya tahan tinggi harus banyak akal dan tidak mudah putus asa. Ia harus selalu mampu bangkit dari kegagalan dan bertahan.
4. Dengan visi, segala sesuatu yang dilakukannya memiliki tujuan jangka panjang, meskipun dimulai dari langkah kecil. Dia memiliki tujuan dalam jangka waktu tertentu. Bagaimana dengan tahun depan, 5 tahun dari sekarang, 10 tahun dari sekarang, dll.
5. Selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik. Pengusaha akan menyadari semua potensi mereka. Jika ini tidak cukup, ia akan merekrut lebih banyak orang yang mampu untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya

Karakteristik UKM dan Permasalahan yang Dihadapinya

Terdapat berbagai kategori jenis usaha/industri yang salah satunya sering dilihat dari segi jumlah tenaga kerja. Modal yang digunakan dan digunakan. Dalam hal jumlah pekerja, klasifikasi yang paling umum adalah: (1) Perusahaan besar dengan 100 atau lebih pekerja. (2) Usaha kecil dan menengah dengan 20 sampai 99 pekerja. (3) UKM dengan

5 sampai 19 pekerja. Dan 1 sampai 4 pekerja dan industri keluarga. Dari modal yang Anda miliki, pembagiannya adalah sebagai berikut:

1. Industri skala besar dengan modal di atas 1,5 miliar rupiah.
2. Usaha Kecil dan Menengah dengan modal Rp 350 juta sampai dengan Rp 1,5 miliar.
3. Usaha Kecil dan Menengah dengan modal Rp50 sampai dengan Rp350 juta. Industri perumahan dengan modal kurang dari Rp50 juta.

Pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) idealnya membutuhkan peran (intervensi) negara dalam meningkatkan daya saing. Namun, perlu dicatat bahwa kemampuan di sini tidak terletak pada kemampuan bersaing dengan perusahaan besar (industri), melainkan pada kemampuan memprediksi lingkungan bisnis dan kemampuan mengantisipasi kondisi lingkungan. Peran pemerintah juga bukan untuk menyediakan modal, tetapi untuk merangsang peluang usaha kecil dan menengah dan menciptakan lingkungan yang mendorong akses mereka terhadap modal. Atau dengan kata lain, pemerintah harus merangsang kemampuan UKM untuk menghitung modal yang dibutuhkan secara optimal, kemampuan menyiapkan proposal pembiayaan untuk institusi kapitalis, dan mengeluarkan kebijakan atau peraturan yang berpihak pada UKM dalam pemberian pinjaman. Menurut Haeruman (2000), tantangan dunia usaha khususnya bagi pengembangan usaha kecil dan menengah mencakup dimensi yang luas, antara lain:

1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dari segi manajemen, organisasi dan kemampuan teknis,
2. Kemampuan berwirausaha,
3. Akses permodalan yang lebih luas,
4. Informasi pasar yang transparan,
5. Faktor produksi lainnya, dan
6. Lingkungan bisnis yang sehat yang mendukung inovasi, kewirausahaan, praktik bisnis, dan persaingan yang sehat.

Kategori masalah lain yang sering dihadapi UKM dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Pendidikan rendah, motivasi rendah, masalah manajemen/SDM terkait penguasaan keterampilan,
2. Masalah di bidang produksi seperti bahan baku, proses manufaktur, waktu produksi (hasil produksi).
3. Masalah pasar atau pemasaran seperti pembatasan pasar, distribusi, wilayah target pasar, dll.
4. Masalah keuangan terkait keterbatasan modal, kesulitan mencari tambahan modal, dan pembatasan pembukuan/pengelolaan keuangan
5. Masalah lingkungan usaha yang buruk terkait dengan peran pemerintah dan regulasi.

Masalah yang dihadapi pemerintah dalam upayanya mengembangkan wirausahawan tangguh (UKM) adalah pilihan dan penentuan strategi (rencana) untuk dua kondisi yang berbeda. Kondisi yang bermasalah adalah:

1. Mengembangkan wirausaha yang sudah ada menjadi kuat, atau
2. Menumbuhkan wirausahawan baru yang kuat. Strategi pengembangan (rencana) dari dua situasi ini harus berbeda (spesifik).

Bahkan strategi pengembangan pengusaha yang ada tidak dapat dilaksanakan secara seragam. Diperlukan penelitian (diagnosis) yang matang dan mendalam untuk mengetahui permasalahan riil yang dihadapi oleh UKM yang akan diusahakan. Tanpa penelitian dan perencanaan yang matang, upaya pengembangan program (walaupun dengan niat baik) akan menemui banyak kendala, seperti:

1. Salah sasaran,
2. Percuma (pemborosan), dan
3. Banyak operasi dalam implementasinya.

Dilema Klasik Usaha Kecil

Biasanya, kendala klasik munculnya UKM yang kuat adalah sektor permodalan. Modal usaha kecil ibarat "darah" yang terus mengalir dan memelihara kehidupan tubuh manusia. Pada titik ini, sulit untuk mengukur kategori permodalan UKM Indonesia, tetapi masih jauh

tertinggal dibandingkan dengan China. Di sana, modal kerja usaha kecil dan menengah bisa mencapai miliaran rupiah, dan di Indonesia bisa termasuk dalam kategori usaha kecil dan menengah. Selain itu, faktor manajemen yang lemah dan jaringan yang kurang kuat di tingkat bawah. Lebih tepatnya, UKM sering mengalami kesulitan dalam meningkatkan efisiensi usaha dan hasil produk. Oleh karena itu, ketidakpuasan klasik ini sering muncul dari para pengusaha kecil.

Situasi ini tidak bisa begitu saja disalahkan pada mereka. Karena kenyataannya kebijakan pemberdayaan usaha kecil dan menengah melalui departemen permodalan atau operasi dan manajemen perusahaan sebenarnya telah ditangkap oleh industri besar, dan usaha kecil dan menengah selalu terjebak dalam kesulitan. Di antara pundi-pundi tersebut, usaha kecil dan menengah sebenarnya memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan industri besar.

Kelangsungan hidup UKM dalam krisis ekonomi membuktikan hal ini.

Jawabannya jelas, dengan bantuan protektif dari serangkaian kebijakan ekonomi rezim Orde Baru, industri skala besar Indonesia menjadi semakin besar. Secara teori dan praktek di lapangan telah dibuktikan

bahwa dibandingkan dengan industri skala besar, UKM memiliki banyak keunggulan, seperti kemampuan untuk masuk dan keluar pasar sesuai dengan kondisi pasar.

Selain itu, manajemen operasi memiliki biaya tidak langsung yang lebih rendah. Dan fleksibilitas UKM dalam memprediksi perubahan lingkungan pasar. Oleh karena itu, pemberdayaan daya dukung ekonomi daerah tergantung pada efektivitas tindakan entitas ekonomi daerah yang bersangkutan. Semakin tinggi efisiensi pelaku ekonomi maka semakin besar daya dukung perekonomian daerah yang bersangkutan

PEMECAHAN MASALAH

Salah satu upaya pengembangan bisnis perusahaan UKM (termasuk UKM) pada awalnya dilakukan melalui analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Melalui analisis ini diperoleh tahapan-tahapan

seperti menilai situasi, menentukan tujuan dan keputusan (pemilihan dan evaluasi kegiatan).

Analisis SWOT ini dapat digunakan untuk swot per item masalah yang dihadapi perusahaan, atau untuk swot seluruh perusahaan. Diagnosis ini optimal untuk karakteristik produk yang dihasilkan (keunggulan yang ada atau potensi untuk dikembangkan), pasar yang dimasuki (peluang pengembangan dan fitur tambahan yang diperlukan), dan teknologi yang digunakan (disesuaikan dengan penggunaan teknologi). untuk mengidentifikasi produk. Akses bahan baku dan input lainnya (konsistensi yang dihadapi dan kemungkinan solusi), modal yang terserap (optimasi kebutuhan modal yang disesuaikan dengan peluang pasar), dan aspek manajemen manajemen (karakteristik UKM), pembukuan, organisasi, dll. Diagnosis yang baik menciptakan jenis usaha kecil berdasarkan peluang pengembangan. Dari tipe ini, Anda dapat mengembangkan strategi pengembangan yang spesifik sesuai dengan tipe yang dimiliki oleh UKM.

Jika Anda memiliki strategi pengembangan yang jelas (apa yang Anda inginkan dan kapan akan dicapai), program pembinaan yang disponsori pemerintah tidak akan salah arah.

Strategi Menciptakan Pengusaha Baru

Menciptakan wirausahawan baru tidak semudah membalikkan telapak tangan, karena menemukan orang yang berjiwa wirausaha sangatlah sulit.

Kewirausahaan sering diartikan sebagai orang yang mengambil risiko dan menginvestasikan uang dalam penemuan-penemuan baru (inovasi), tetapi kewirausahaan lebih menekankan kewirausahaan (akronim). Schumpeter mendefinisikan wirausahawan sebagai seseorang yang:

1. Memperkenalkan produk baru hasil kreasi/inovasi.
2. Buat metode manufaktur baru.
3. Temukan pasar baru.
4. Temukan bahan baku baru.
5. Temukan organisasi baru yang berbeda dari yang sudah ada.

Menurut pendapat lain, wirausahawan didefinisikan sebagai orang:

1. Imajinasi
2. Anda dapat melihat peluang
3. Siapa yang inovatif dan inovasinya digunakan untuk memperbaiki masyarakat
4. Memiliki ciri-ciri sebagai berikut:
 - a. Percaya diri.
 - b. Berorientasi pada tugas dan hasil.
 - c. Pengambil resiko
 - d. Memiliki jiwa kepemimpinan.
 - e. Orisinalitas ide.
 - f. Berorientasi ke masa depan.

Tentu saja, dari penjelasan di atas, tidak mudah menemukan seseorang yang memiliki ciri-ciri di atas. Dari hasil survei yang dilakukan di Amerika Serikat dan Indonesia (sebagaimana disebutkan di atas), mayoritas pengusaha sukses berasal dari keluarga dengan tradisi kuat di bidang bisnis. Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa keluarga, suku, bahkan budaya wirausaha nasional sangat berpengaruh dalam munculnya wirausahawan baru dan tangguh.

Banyak wirausahawan tangguh yang berasal dari suku-suku tersebut, karena budaya beberapa suku bangsa di Indonesia (suku Thionghoa, suku Minang, dll) tentu mengagumi profesi wirausaha.

Namun, secara umum budaya Indonesia (baca: masyarakat Jawa) masih memuji profesi yang relatif "bebas risiko" (misalnya bekerja di pegawai negeri, ABRI, atau perusahaan besar). Upaya menciptakan wirausaha baru yang tangguh ini akan lebih baik jika dilakukan kepada lulusan perguruan tinggi yang telah memiliki landasan keilmuan dan intelektual yang tinggi. Hal ini didasarkan pada situasi persaingan bisnis di era globalisasi yang menuntut kemampuan wirausahawan yang benar-benar berkemampuan tinggi. Salah satu pola kewirausahaan yang kuat dan baik adalah melalui akses pelatihan dan magang, teknologi, manajemen, pasar, permodalan dan informasi (baik umum maupun khusus) yang didukung oleh fasilitas, selain perguruan tinggi yang diberikan melalui inkubasi. bisnis.

KESIMPULAN

Dalam rangka menciptakan dan membina wirausahawan yang tangguh (baik wirausaha baru maupun yang sudah ada), tidak dapat dilakukan tanpa penelitian dan pertimbangan yang matang. Strategi dan program yang dilaksanakan tanpa kajian yang cermat tidak akan memberikan hasil yang optimal. Pada level operasional, wirausahawan baru dapat melakukannya pada tingkat yang menciptakan lingkungan dimana mereka dapat menanamkan budaya wirausaha, salah satunya adalah pola inkubasi bisnis. Pola lain untuk menciptakan wirausaha baru juga dapat melalui pendidikan formal dan informal melalui kewirausahaan dan pembinaan spiritual. Ini akan menciptakan wirausahawan baru, andal, dan tangguh serta menciptakan peluang kerja bagi keduanya. Untuk saya sendiri dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Barndt, Steven C. (1985). *Sepuluh Perintah Bagi Pengusaha*. Jakarta: PPM.
- Drucker, Peter F. (1985). *Inovasi dan Kewirausahaan, Praktek dan Dasar-dasar*. (Terjemahan Rusjdi Naib). Surabaya: Erlangga.
- Haeruman, H. (2000). "Peningkatan Daya Saing UKM untuk Mendukung Program PEL". Makalah Seminar Peningkatan Daya Saing, Graha Sucofindo. Jakarta.
- Hubeis, M. (1997). "Manajemen UKM Profesional di Era Globalisasi Melalui Pemberdayaan Manajemen Industri". Orasi Ilmiah. Institut Pertanian Bogor.
- Muhandri, T. (2002). "Karakteristik Produk Pangan yang Sesuai untuk UKM". Tesis. Magister Program Studi Teknik dan Manajemen Industri. Institut Teknologi Bandung.
- Muhandri, T. (2002). *Strategi Penciptaan Wirausaha (Pengusaha) Kecil Menengah Yang Tangguh*. Bogor : Falsafah Sain IPB.
- Pardede, F.R. (2000). "Analisis Kebijakan Pengembangan UKM di Indonesia". Tesis. Magister Program Studi Teknik dan Manajemen Industri. Institut Teknologi Bandung.

Sulasmi. (1989). "Karakteristik 22 Pengusaha Wanita di Bandung". Tesis. Magister Program Studi Teknik dan Manajemen Industri. Institut Teknologi Bandung.