

**PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO DI DESA TARAJU  
KECAMATAN SINDANG AGUNG KABUPATEN KUNINGAN**

Yoyo Sunaryo Nitiwijaya.  
Dosen FU UNIKU

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Taraju dengan metoda survey, pengumpulan data menggunakan alat bantu kerangka wawancara dan angket. Teknik penelitian observasi dengan partisipasi secara parsial (quasi participation), peneliti ikut serta dalam proses di berbagai pengrajin mulai dari proses sampai pemasaran. Tujuannya adalah untuk mengetahui dinamika usaha mikro ini dalam pengelolaan manajemen keuangan, proses produksi dan pemasaran.

Lokus penelitian di desa ini ditetapkan secara sengaja (purposif), dengan pertimbangan bahwa desa tersebut memiliki jumlah penduduk yang banyak 3.959 jiwa terdiri dari 1.111 KK pada saat ini Desa Taraju memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 25 pengusaha tapi secara sumstansial usaha ada 63 pengusaha. Terdiri dari usaha bawang goreng, rempeyek, emping, raginang, ayam broiler, pandai besi, pengrajin serangka kayu, pengrajin serangka tanduk kerbau, dan pengrajin serangka kulit sapi. Sehingga dapat dikatagorikan sebagai desa yang dinamika tinggi dalam pengelolaan usaha mikro, dengan omset perputaran usaha (turn over) harian diatas satu milyar.

Produk UMKM dari Desa Taraju, sudah menyebar di berbagai pasar di Kota Kuningan dan sekitarnya bahkan produk bawang goreng sudah eksport ke kawasan Arab Saudi. Secara substansional usaha mikro ini sudah berjalan dengan baik, karena mampu membuka lapangan kerja dan sudah mampu berkontribusi terhadap pendapatan daerah (negara). Namung dalam pengelolaan manajerial masih belum optimal, usahanya bergerak secara sendiri-sendiri sehingga sulit melakukan efisiensi usaha terutama dalam mengelola modal kerja. Seperti untuk pembelian bahan baku maupun bahan penunjang, jika dilakukan secara bersama (corporate) bisa menekan biaya operasional, begitu juga dalam pemasaran produk sehingga margin tataniaganya menjadi tinggi.

Kata Kunci : Pemberdayaan, Desa Taraju, Usaha Mikro.

**PENDAHULUAN**

Pengelompokan jenis Usaha ini mengacu pada Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998 atau Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, atau Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM). Namun pada dasarnya

kesemuanya dapat dinyatakan memiliki pemahaman yang sama dan ada kesamaan mengenai pengertian Usaha Mikro merupakan: “ Suatu Kegiatan ekonomi kerakyatan yang memiliki skala usaha kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha yang dikelola secara keluarga (*home industry*) dan perlu dilindungi

untuk mengurangi dari tingkat persaingan usaha yang tidak baik”.

Dilihat dari kepentingan perbankan, usaha mikro merupakan suatu bidang usaha rill dari segmen pasar yang cukup potensial untuk terus dilayani dalam upaya meningkatkan fungsi pemberian modal usaha karena usaha mikro mempunyai karakteristik yang berbeda dengan usaha besar dan memiliki keunikan yang tidak selalu dimiliki oleh usaha non mikrolainnya. Perputaran usaha (*turn over*) cukup tinggi, tidak sensitive terhadap suku bunga, Tetapit tetap berkembang walau dalam situasi krisis ekonomi dan moneter, memiliki berkarakter pribadi yang jujur, ulet, tangguh dan mau menerima bimbingan dan pembinaan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro ini dikatagorikan kedalam :

1). Faktor Internal merupakan kondisi kedirian si pelaku usaha yang masih memiliki berbagai kekurangan antara lain : kurang modal usaha, lemahnya sumber daya manusia, rendahnya komunikasi pasar dengan persaingan ketat. Kondisi umum ini juga disebabkan karena usahanya masih bersipat. Rendahnya komunikasi antara pengusaha dan masih tertutup terhadap ide-ide dari luar. Usahanya masih perorangan dan tertutup untuk kerjasama dengan perusahaan yang lain. Kemampuan modal juga masih rendah, yang mengandalkan pada modal milik sendiri yang jumlahnya sangat terbatas, sementara akses terhadap modal dari bank atau lembaga keuangan masih belum diakses, karena persyaratan administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi. Usaha kecil ini tumbuh dan berkembang secara alamidengan modal kecil dan merupakan usaha keluarga

yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil dapat dilihat dari segi pendidikan formal maupun non formal, sehinggakemampuan pengetahuan dan keterampilannya sangat rendah. Kurangan ini berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usaha. Sehingga berdampak pada tingkat usaha sulit untuk di berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan SDM, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya. Data empiris menunjukkan bahwa, akibat dari kelemahan secara internal produksi yang dihasilkan menjadi sulit untuk dipasarkan.

2). Faktor Eksternal.

Regulasi pemerintah dalam mengelola usaha mikro ini, masih sangat diperlukan terutama dalam memberikan kemudahan dan fasilitas usaha. Kebijakan yang sudah dikeluarkan belum sepenuhnya dapat mengatasi masalah, terutama yang bersifat fundamen. Karena semua kebijaksanaan, harus mampu menumbuhkembangkan usaha yang lebih nyaman. Para Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), masih sangat bergantung pada kebijakan yang mendukung sesuai dengan perkembangan permintaan pasar. Karena konsumen yang membutuhkan produk selalu berubah-ubah, terutama produk-produk makanan. Meskipun dari tahun ke tahun perubahan itu di perbaharui dan terus disempurnakan, namun belum sepenuhnya mendukung para pengusaha kecil. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan antara pengusaha-pengusaha kecil dengan pengusaha-pengusaha besar. Para pegusaha kecil masih

menggunakan teknologi lokal spesipik yang sederhana, sementara pengusaha besar sudah menggunakan teknologi modern, karena didukung oleh informasi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kondisi eksternal ini, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat tidak dapat dimanfaatkan secara optimal sehingga belum mendukung sepenuhnya untuk kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, menyatakan bahwa daerah yang mempunyai otonomi mempunyai kewenangan untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan kebijakan ini akan berdampak terhadap pelaku bisnis Mikro, Kecil dan Menengah terutama pada daerah-daerah yang berorientasi pada intensifikasi PAD, akan muncul kebijakan berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada Usaha Mik, Kecil dan Menengah (UMKM). Jika kebijakan tersebut terus berlanjut dan tidak segera dibenahi, maka akan menurunkan daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Disamping itu semangat kedaerahan, kadang-kadang akan menciptakan kondisi yang kurang menarik bagi pengusaha luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.

Perkembangan pasar bebas dunia, menyebabkan para pengusaha kecil ini harus berhadapan dengan perdagangan dari negara lain yang sudah maju, seperti negara-negara yang meratifikasi AFTA dan sudah mulai berlaku Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020. Implikasi persainan ini menjadi sangat luas sehingga para pengusaha kecil harus berhadapan dan bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam situasi seperti ini, maka mau tidak mau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM) dituntut untuk melakukan

proses produksi yang efisien dan bersaing, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar global dengan standar kualitas yang sesuai dengan isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000).

Isu Hak Asasi Manusia (HAM) terkait dengan isu ketenagakerjaan, sering digunakan secara tidak fair oleh negara maju sebagai hambatan (Non Tariff Barrier for Trade). Untuk itu maka para pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), perlu melakukan antisipasi dan mempersiapkan diri agar mampu bersaing baik dilihat dari keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif produk yang dihasilkan. Kelebihan produk industri kecil, memiliki ciri atau karakteristik tersendiri, terutama dalam produk-produk fasion dan kerajinan dengan lifetime yang pendek. Kearifan lokal yang dimiliki para pengusaha kecil dengan produk khas, akan mempermudah akses pasar, sehingga produk yang dihasilkan dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional.

Pengembangan UMKM, pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Langkah-langkah yang harus diusahakan adalah dengan mencermati berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, maka perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut : Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif, keamanan dan kenyamanan berusaha, merubah dan penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya. Bantuan modal usaha dan mempermudah prosedur kredit, dengan syarat-syarat yang tidak menyulitkan bagi para pelaku UMKM akan membantu peningkatan usaha. Sumber permodalan, bisa berasal dari sektor jasa finansial formal dan sektor jasa finansial informal. Kebijakan yang bisa disederhanakan, penyaluran kredit untuk Usaha Mikro, Kecil dan

Menengah (UMKM), bisa sebaiknya menggunakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) di level desa atau lembaga perbankan di sekitar pasar-pasar tradisional.

Beberapa catatan di ekonomi celenger, menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun terakhir UMKM dapat menyumbang terhadap Produk Domestik Bruto bisa mencapai senilai Rp 1.013,5 triliun (56,7 persen dari PDB), jauh lebih besar dari yang di sumbangkan oleh perusahaan Besar. Perkembangan sektor UMKM yang demikian menyiratkan bahwa terdapat potensi yang besar atas kekuatan domestik, jika hal ini dapat diupayakan lebih baik dalam mengelola usaha dengan baik akan dapat mewujudkan usaha yang tangguh, seperti yang terjadi saat perkembangan usaha-usaha menengah di Korea Selatan dan Taiwan.

Namun UMKM masih dihadapkan pada masalah mendasar yang masih sulit diatasi sendiri oleh pengusaha, seperti : 1). UMKM masih kesulitan menjual produk-produk yang dihasilkannya ke pasar-pasar modern, 2).UMKM masih lemah dalam pengembangan dan penguatan usaha, 3).UMKM masih memiliki keterbatasan dalam mengakses sumber-sumber pembiayaan dari lembaga-lembaga keuangan formal khususnya dari perbankan.

Kondisi riil yang ada di masyarakat pedesaan, khususnya para pelaku usaha mikro sering dihadapkan pada persoalan eksternal yang menghambat perkembangan usaha. Kondisi masyarakat di Desa Taraju, menunjukkan suasana masyarakat yang dinamis dalam melakukan usaha. Berbagai jenis usaha ditekuni dengan memanfaatkan sumberdaya alam yang dimiliki, namun masih lambat dalam mengembangkan usaha yang sedang ditekuni. Wawasan pengembangan usaha, masih sangat rendah terutama dalam menjalin kerjasama antara para pengusaha dengan pengusaha lain baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis.

Faktor individu, sering menjadi persoalan utama dalam menjalin kerjasama dalam sebuah organisasi usaha. Tidak senang, tidak suka atau tidak sejalan merupakan persepsi penghambat kerjasama.

#### MASALAH

1. Pertumbuhan usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menunjukkan tren yang terus meningkat, tapi belum diikuti dengan pengembangan sumberdaya manusia yang memadai sesuai dengan kebutuhan.
2. Pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), masih melakukan usaha sendiri-sendiri sehingga produk yang dihasilkan masih dalam kondisi usaha dengan biaya tinggi.
3. Berbagai hambatan internal maupun eksternal masih menjadi permasalahan yang belum bisa diatasi secara simultan, sehingga pendapatan usahanya masih kecil
4. Perlu dilakukan pemberdayaan usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam sebuah kelembagaan ekonomi atau koperasi.

#### MANFAAT

1. Memberikan solusi bagi birokrat dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)
2. Sebagai rujukan bagi pelaku usaha dan semua pemangku kepentingan (stakeholder) melakukan pembinaan para pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
3. Memberikan bimbingan dan pengarahan agar para pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai motivasi yang kuat untuk mengembangkan usahanya memiliki arah yang lebih baik.

#### METODOLOGI

Tulisan ini berdasarkan hasil pengamatan yang bersifat observasi quasi

partisipan, terhadap semua pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Taraju Kecamatan Sindang Agung Kabupaten Kuningan. Bersamaan dengan program magang para mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universtas Kuningan, tim pengkaji terdiri dari 10 orang mahahsiswa 6 pria dan 4 wanita yang menjadi kewajiban bagi mahasiswa semester akhir.

Respondennya adalah semua para pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di desa, jadi semua pelaku usaha di datangi dan di wawancarai sambil ikut dalam proses produksi mulai dari persiapan, proses produksi, pengepakan dan pemasaran.

Tujuannya disamping untuk mendewasa-kan para mahasiswa juga untuk mendorong jiwa kewirausahaan, atau setidaknya sebagai bahan penyusun bussines plan bagi dirinya dan kelak akan menjadi pengusaha yang sukses. Hasil kajian ini juga menjadi, bahan kajian para pelaku pembina di masyarakat dan birokrat dalam memberikan fasilitas dan kemudahan usaha.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengrajin Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) termasuk dalam katagori hume industri, karena semua pengusaha mengerjakan usahanya berada di rumah atau sekitar rumah (kecuali peternak) tapi masih melakukan usaha bersama keluarga. Usahanya berbasis pada ide-ide usaha yang dikembangkan hasil pemikiran sendiri, kemudian ide itu diwujudkan dalam bentuk usaha rill tanpa kekuatan modal dan sumber daya. Jiwa wirausaha inilah yang mendasari dalam mewujudkan usaha, meskipun perkembangan usaha masih sering dihadapkan kepada problem usaha klasik. Hambatan internal karena sumberdaya manusia pengelola usaha yang masih belum memenuhi klasifikasi pengusaha. Disisi lain faktoe eksternal yang masih sering menghambat perkembangan usaha, yaitu

keterbatasan modal dan rendahnya panetrasi pasar.

Kominitas pengrajin Usaha Mikro di Desa Taraju sebanyak 25 usaha menengah dan 38 usaha kecil, terdiri dari pengrajin makanan ringan, kerajinan dan berbagai usaha yang memanfaatkan bahan baku lokal. Jenis usaha kecil ini terdiri dari : pengrajin bawang goreng, rempeyek, ayam broiler, pandai besi, emping, raginang, pandai besi, pengrajin serangka kayu, pengrajin serangka tanduk kerbau, dan pengrajin serangka kulit sapi.

Tabel 1. Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di desa Taraju Kabupaten Kuningan

No	Jenis Usaha	Jumlah (buah)	Persen (5)
1.	Makanan Ringan Basah	17	26,98
2.	Makanan Ringan Kering	21	33,33
3..	Kerajinan Pandai	8	14,29
4.	Penggorengan Bawang	7	11,11
5.	Peternakan Ayam	10	15,87
	Jumlah	63	100,00

Tabel diatas menunjukkan bahwa perkembangan usaha di Desa Taraju ini, variasi usaha hampir merata dan terbesar pada usaha makanan basah dan makanan kering. Usaha penggorengan bawang merah meskipun jumlahnya hanya 7 pengusaha atau 11,11 % tapi omsetnya paling besar karena sudah melakukan eksport produk ke Arab saudi dan Abudabi. Produk yang juga terkenal adalah pengusaha pandai besi, jumlahnya hanya 8 pengusaha atau 14,29 % tapi usaha ini yang menandai dikenalnya Desa Taraju sebagai desa penghasil golok, pisau, sabit, cangkul dan sebagainya.

Jiwa kewirausahaan tumbuh secara individu, dalam bentuk usaha perorangan,

dikelola dengan manajemen keluarga. Tanpa struktur organisasi dengan pembagian tugas secara naluri, siapa yang sempat dialah yang melakukan. Karyawan berasal dari lingkungan sendiri, anak, ponakan dari keluarga dekat (batih), tanpa ikatan yang jelas seperti jam kerja, lama kerja per hari, besarnya upah, pemberian tugas sangat fleksible disesuaikan dengan kebutuhan kerja harian. Sehingga komunitas usaha pengrajin ini termasuk kelompok usaha ekonomi keluarga yang bersifat non formal, tanpa memiliki badan hukum.

Pengusaha ayam yang cukup ber omset besar juga yaitu para peternak ayam, jenis yang diusahakan adalah ayam ras pedaging dan ras petelur. Kedua jenis usaha ternak unggas ini, sudah dapat memenuhi kebutuhan khususnya di Kabupaten Kuningan dan kawasan disekitarnya. Sistem peternakan ini kerjasama antara peternak dengan pengusaha ternak besar, dengan pola sistem kemitraan antara lain dengan perhitungan bagi hasil yaitu pengusaha besar peternak besar sebagai penyangga peternak. Pola kemitraan ini, melalui kesepakatan antara lain : anak ayam (DOC), pakan dan saran kesehatan dipenuhi oleh pengusaha dan peternak berkewajiban menjual produknya ke peternak besar dengan harga sesuai perkembangan pasar.

Kelompok pengrajin makanan ringan, menghasilkan makanan setengah jadi dan makanan camilan siap saji. Produksi makanan setengah jadi seperti raginang, kecipring, makanan siap saji seperti rempeyek, goreng tempe, rebon, dan ikan asin. Kegiatan usaha dikelola dengan pertimbangan bahwa bahan baku banyak terdapat dilokalita dan melihat peluang bisnis karena permintaan terus meningkat. Besarnya produk yang dihasilkan disesuaikan dengan permintaan pasar, bisa sesuai dengan pesanan (by orders), melalui pihak ketiga (pengepul) atau berdasarkan penjualan harian di pasar. Besarnya

permintaan pasar, disesuaikan dengan pengalaman harian seberapa besar produk bisa habis terjual. Biasanya permintaan pasar berkembang sesuai dengan aktivitas masyarakat, misalnya pada hari-hari raya, hari libur akhir pekan permintaan produk cukup tinggi.

Pengembangan usaha mikro, masih sangat bergantung pada kestabilan usaha yang mengelola usaha berdasarkan pesanan (by orders), sehingga untuk mewujudkan kontinuitas produk harus mampu berkomunikasi dengan pengusaha lain. Kemampuan untuk berinteraksi antara pengusaha disajikan pada berikut.

Tabel 2. Interaksi Pengrajin dengan Pengusaha Lain

No	Interaksi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Tidak pernah	12	30,56
2	Hampir tidak pernah	8	22,22
3	Kadang-kadang	5	13,89
4	Sering	3	8,33
5	Selalu	9	25,00
	Jumlah		

Dari Tabel diatas menunjukkan bahwa setiap pengrajin masih rendah melakukan interaksi dengan pengusaha lain, ketidak mauan berinteraksi ditunjukkan oleh 20 pengrajin atau 52,78 % yaitu kelompok usaha makana. Namun 11 pengrajin usaha mikro sudah bisa berkomunikasi dengan pengusaha lain, terutama oleh pengusaha bawang goreng dan peternakan. Semakin sering terjadi interaksi dengan pengusaha lain, maka akan memperoleh banyak pengalaman atau akan memberikan pengalamannya kepada yang lain. Interaksi ini, akan menjadi media tukar informasi dan pengalaman sehingga akan menambah wawasan bagi pengusaha dan kemampuan pengembangan usaha akan semakin mudah.

Interaksi yang juga memiliki pengaruh dalam pengembangan usaha mikro, adalah komunikasi dengan para pembina usaha yang ada di desa atau ditingkat yang lebih tinggi. Mereka itu adalah para pembina pengusaha mikro atau disebut dengan Penyuluh. Para pembina pengusaha mikro, merupakan orang yang mampu memberikan penerangan bagi tentang apa yang diinginkan. Frekuensi pengusaha mikro melakukan kontak dengan pembina disajikan pada Tabel berikut :

Tabel 3. Kontak Pengusaha Mikro dengan Pembina/ Penyuluhan

No	Kontak dengan Penyuluh	Jumlah (orang)	Persen (%)
1	Tidak pernah	13	36,11
2	Hampir tidak pernah	9	25,00
3	Kadang-kadang	5	13,89
4	Sering	4	11,11
5	Selalu	5	13,89
	Jumlah	36	100,00

Berdasarkan Tabel diatas, menunjukkan ternyata kebanyakan pengusaha mikro belum terbiasa berkomunikasi dengan para pembinanya, seperti dari pemerintah yaitu Dinas Koperasi dan UMKM, atau bagian ekonomi di kecamatan atau pembina di tingkat desa. Kondisi ini ditunjukkan oleh 22 pengusaha mikro atau 61,11 % belum pernah berkomunikasi dengan para pembinanya. Sedangkan 9 pengusaha mikro atau 24 % sudah terbiasa berkomunikasi dengan para pembina, mereka adaah para pengusaha bawang goreng dan peternak. Frekuensi pertemuan ini juga terjadi dengan pasif, artinya mereka baru ketemu jika para pembina mendatangi atau berkunjung mereka. Padahal pertemuan dengan pembina merupakan kegiatan penting dan sebagai harapan bagi pengusaha kecil untuk memperoleh informasi-informasi baru yang diperlukannya. Informasi bisa bersifat teknis maupun kebijakan yang sangat diperlukan, seperti pemberian fasilitas kredit, pelatihan

teknis maupun informasi pasar. Lemahnya komunikasi ini, akan sangat berdampak pada keterlambatan pengembangan usaha mikro.

### Gambaran Karakteristik Internal dan Eksternal Responden

Hasil analisis informasi yang dapat ditangkap dan dapat diamati selama magang, dan berdasarkan rekam jejak yang dapat tercatat selama observasi, diperoleh rekapitulasi karakteristik internal responden (umur, pengalaman, pendidikan formal, pendidikan non formal dan jumlah tanggungan) seperti pada Tabel berikut ini.

Tabel 4. Rekapitulasi Karakteristik Internal Responden

No	Perusahaan	Skor Karakteristik Internal					Jumlah Skor	Rata-rata
		a1	a2	a3	a4	A5		
1	Pengusaha Makanan Basah	1	4	3	1	3	12	2,4
2	Pengusaha Makanan Ksring	3	1	2	1	3	10	2
3	Pandai Pengorengan Bawang	3	1	3	1	5	13	2,6
4	Merah Peternak	2	3	2	4	3	14	2,8
5	Ayam	3	1	3	5	3	15	3
	Jumlah	12	10	13	12	17	64	12,8
	Rata-rata	2,4	2	2,6	2,4	3,4	12,8	2,56

Ketrangan : a1 = Umur, a2 = Pengalaman, a3 = Pendidikan Formal, a4 = Pendidikan Non Formal, a5 = Jumlah Tanggungan

Tabel diatas menunjukkan bahwa umur pengusaha mikro sudah relatif tua, pengalaman belum begitu banyak, pendidikan formal rendah, namun pendidikan non formal dan pendapatan serta jumlah tanggungan sudah lebih baik. Sedangkan rata-rata karakteristik pengusaha mikro secara umum juga lebih baik. Atas dasar hal tersebut, maka untuk

meningkatkan karakteristik internal pengsaha mikro diperlukan pembinaan dari berbagai pihak atau instansi terkait terutama dalam memfasilitasi kredit dan penetrasi pasar yang berhubungan dengan pengembangan usaha yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penngamatan selama kegiatan magang, diperoleh rekapitulasi karakteristik eksternal responden (panetrasi pasar, pengemasan produk, ketersediaan media, interaksi dengan pengusaha lain, dan kontak dengan pembina/penyuluh) seperti pada Tabel berikut ini.

Tabel 5. Rekapitulasi Karakteristik Eksternal Pengusaha Mikro

No	Nama	Skor Karakteristik Eksternal					Jumlah Skor
		b1	b2	b3	b4	b5	
1	Pengusaha Makanan Basah	1	5	1	5	1	13
2	Pengusaha Makanan Kering	4	3	1	5	4	17
3	Pandai Pengorengan Bawang Merah	1	5	1	5	4	16
4	Peternak Ayam	4	3	1	5	4	17
5	Ayam	1	3	1	5	4	14
	Jumlah	11	19	5	25	17	77
	Rata-rata	2,2	3,8	1	5	3,4	15,4

Ketrangan : b1 = Penetrasi pasar, b2 = Pengemasan produk, b3 = Ketersediaan Media, b4 = Interaksi dengan pengusaha lain, b5 = Kontak dengan pembina/penyuluh

Tabel diatas menunjukkan, bahwa rata-rata karakteristik eksternal responden sudah baik, namun besarnya usaha masih rendah dan masih kurang ketersediaan media teritama pada pengusaha makanan. Atas dasar hal tersebut, maka untuk meningkatkan karakteristik eksternal responden diperlukan regulasi dari

pemerintah terutama dalam kepedulian dari berbagai pihak atau instansi terkait terutama dalam penyediaan sarana informasi berupa leaflet-leaflet yang berhubungan dengan pengembangan usaha mikro. Penguasaan pasar dan permintaan atas berbagai produksi, belum bisa diatasi oleh prngusaha mikro, terutama bagi outlet-outlet modern yang meminta produk Usaha mikro memenuhi setandard nasional sepeti label, kandungan gizi, perijinan, masa kadaluarsa dan label halal.

Problem yang dihadapi oleh para pengusaha mikro, pada prinsipnya belum bisa diatasi oleh pengusaha secara sendiri-sendiri. Maka kerja sama antara para pengusaha yang sejenis atau para pengusaha yang tidak sejenis, menjadi kebutuhan yang harus segera di tuntaskan agar usaha mikro ini bisa cepat berkembang. Persepsi para pengusaha, tentang keinginan untuk bergabung dalam kelembagaan dapat dilihat berikut ini :

Tabel 6. Persepsi pengelola usaha Makanan Ringan Membentuk Usaha Bersama dalam kelembagaan

No.	Jenis Pengusaha	Sangat Suka	Kurang Suka	Tidak Suka
1.	Makanan Ringan Basah	2	6	9
2.	Makanan Ringan Kering	1	8	12
3.	Kerajinan Pandai	5	2	1
4.	Penggorengan Bawang	3	3	1
5.	Peternakan Ayam	9	1	0
	Jumlah	22	17	23

Tabel diatas menunjukan bahwa para pengrajin usaha makanan basan dan makanan ringan, sangat rendah keinginannya untuk bergabung dalam organisasi usaha. Hal ini sangat menghambat pengembangan usaha, umumnya mereka para pengrajin yang sudah berumur dan dikelola oleh ibu-ibu rumah tangga. Tapi para pengrajin lainnya, sangat berminat untuk mejalin kerjasama dalam sebuah kelompok usaha. Seperti para pengrajin pandai besi, pernggorengan bawang dan peternakan ayam mereka lebih banyak berkomunikasi dengan pengusaha luar sehingga kerjasama dalam sebuah organisasi usaha sudah menjadi kebutuhan.

Kinerja keuangan para pelaku pengrajin makanan siap saji, masih sangat sederhana dan belum melakukan pencatatan usaha dengan baik. Namun, diperlukan adanya pembukuan yang lebih tertib dan adanya laporan keuangan standar seperti laporan rugi laba, neraca dan arus kas. Peredaan modal kerja harian (turn over) sekitar Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000 semuanya merupakan modal sendiri diluar untuk pembiayaan kepentingan keluarga.

Tapi para pengusaha lainnya, terutama pengrajin bawang goreng sudah melakukan pencatatan penerimaan dan pengeluaran kas cukup tertib, sehingga untuk mengevaluasi atau mengetahui perkembangan kegiatan usaha cukup menunjang. Untuk pelaku usaha peternakan ayam, sudah melakukan managemen usaha yang baik, hal ini karena peternak ini sudah melakukan kerjasama dengan pengusaha lain yang lebih besar dengan system kemitraan usaha.

Permasalahan yang dihadapi kelompok pengrajin, dalam hal keuangan adalah minimnya pengetahuan tentang pembukuan sehingga kurang mengetahui perkembangan dan kemajuan perusahaan secara lebih akurat. Sebagai contoh Usaha Mikro Rempeye Ibu Onah, agak sulit untuk dikembangkan dan atau memajukan

kegiatan usahanya, selain karena sudah berumur dan lebih suka bekerja sendiri sukut menerima pembaharuan. Ketika itu, untuk menghadapi masalah seperti kekurangan modal lebih suka meminta bantuan para pelaku pengedar uang (rentenir) meskipun dengan bunga yang tinggi.

Pemasaran Usaha Mikro Bawang Goreng Monita, tidak menghadapi permasalahan yang berarti dikarenakan kegiatan usaha yang dilakukan telah mampu melakukan penetrasi pasar dengan baik dan sudah ekspor ke negara-negara arab seperti ke Abudabi. Untuk lebih memperluas wilayah pemasaran, diperlukan strategi promosi yang lebih baik seperti promosi melalui media elektronik. Permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro dalam kegiatan produksi masih malakkan usaha di rumah atau sekitar rumah atau dapat dikatakan tempat usaha masih menyatu dengan dapur rumah Hal ini mengakibatkan kegiatan usaha kurang dapat dijalankan secara mandiri, sehingga tidak dapat diukur perkembangannya secara akurat.

Kemitraan usaha dalam sebuah koperasi, merupakan harapan terbesar dalam mengembangkan usaha. Karena dengan berkoperasi, segala hambatan usaha dapat diatasi seperti mengedaan bahan baku, mengatasi keterbatasn modal dan kepastrian pasar dapat dilakukan melalui koperasi. Tanggapan para pengrajin usaha mikro terhadap koperasi disajikan sebagai berikut :

Tabel7. Tanggapan Pelaku Usaha untuk membentuk Koperasi.

No	Jenis Pengusaha	Sangat Suka	Kurang Suka	Tidak Suka
1.	Makanan Ringan Basah	0	2	15
2.	Makanan Ringan Kering	1	3	16
3.	Kerajinan Pandai	3	1	4
4.	Penggorengan	2	3	2

	n Bawang			
5.	Peternakan Ayam	8	2	0
	Jumlah	14	12	37

Tabel diatas menunjukkan bahwa para pelaku usaha mikro belum mau menerima kehadiran koperasi, karena berbagai hal seperti para pelaku makanan ringan merasa belum penting untuk bergabung dalam koperasi. Pengusaha lainnya, karena pengalaman masa lalu tentang koperasi yang belum bisa mensejahterakan para anggotanya. Meskipun secara teori, bergabungnya para pelaku usaha mikro dalam koperasi menjadi sebuah harapan baik. Pengusaha mikro sebagai lembaga rill pelaku usaha, disisi lain koperasi sebagai lembaga ekonomi yang bisa menjembatani untuk memecahkan berbagai masalah.

Keinginan para peternak untuk bergabung dengan koperasi, memiliki minat yang cukup Permasalahan yang dihadapi para peternak ayam yang selama ini bermitra dengan pengusaha besar, sering kali pihak peternak tidak memperoleh bagian keuntungan yang wajar. Kemitraan peternak dengan pengusaha besar, belum dirasakan ada pembagian keuntungan yang adil bahkan sering kali dirasakan sebagai usaha mengeksploitir pengusaha kecil untuk kepentingan pengusaha besarnya. Misalnya dalam pembelian pakan dan penjualan produk mengikuti mekanisme pasar, peternak sering hanya memperoleh keuntungan dalam catatan tapi kenyataanya tidak ada.

Masih banyak masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro dalam menghadapi dunia pasar, terutama menghadapi pasar-pasar dan outlet-outlet modern. Ada beberapa pengrajin ada yang sudah memiliki persyaratan administrasi yang harus dipenuhi antara lain : perizinan usaha, Surat Izin Perdagangan, Tanda Daftar Perusahaan, dan Surat Izin Usaha Industri. Di pihak lain masih ada pengusaha mikro

yang belum memiliki standar dalam memenuhi hak-hak konsumen seperti perijina produk dari POM, label halal untuk makanan ringan, kandungan gizi yang tertera dalam kemasan dan sebagainya.

Pengenalan produk dilakukan promosi yang sangat sederhana dan alami, tapi sangat efektif dilakukan dari mulut ke mulut para konsumen atas kualitas produk. Maka keberadaan produksi masih terbatas di lokasi sekitar daerah produsen, kalau ada di beberapa daerah karena ditipkan di outlet-outlet yang menjual makanan oleh-oleh untuk pariwisata lokal. Masa puncak penjualan yaitu di musim libur panjang atau hari-hari raya nasional.

#### KESIMPULAN

1. Pelaku usaha mikro melakukan usaha atas dasar naluri didukung karena sumber daya alam yang dimiliki dan dalam jumlah berlimpah.
2. Pengembangan usaha mikro masih terkendala kondisi sumber daya manusia yang umumnya berpendidikan rendah, tradisional, aksebititas rendah dan tidak memiliki fisi pengembangan usaha.
3. Pemberdayaan kearah kerja sama usaha dalam sebuah kelembagaan kelompok usaha atau koperasi, masih belum diterima oleh para pelaku usaha dengan berbagai alasan yang tidak rasional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Rohani. 1999. "Pengelolaan Pasar". Rineka Cipta. Jakarta.
- Buchari Alma. 2002. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung.
- Deni Mukbar. 2007. Denyut Usaha Kecil di Pasar Tradisional Dalam Himpitan Hipermarket. Jurnal analisis social.
- Denny, R. 1997. Sukses Memotivasi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Faisal, S. 2003. *Format-format Penelitian Sosial*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Heidjrachman Ranupandojo, Irawan, dan Sukanto Reksohadiprodjo. 1985. *Pengantar Ekonomi Perusahaan Buku 2*. BPF, Yogyakarta.
- Hendrojogi. 2000. *Koperasi dan Azas-Azas, Teori dan Praktek*. Jakarta : Rajawali.
- Karsiadi, Ravik. 2001. *Paradigma Baru Penyuluhan Pembangunan dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Pustaka Wirausaha Muda. Bogor.
- Menteri Koordinator Kesejahteraan. 2000. *Koperasi Indonesia*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Mosher, A. T. 1968. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian*. CV Yasaguna. Jakarta
- Rogers dan Schoemaker. 1986. *Memasyarakatkan Ide-ide Baru*. Surabaya, Usaha Nasional.
- Zulkifli Azzaino. 1981. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi. Faperta IPB, Bogor.