

VOL 2 NO. 1, JANUARI - JUNI 2011

ISSN : 2086-9789



Jurnal KEWIRAUSAHAAN

Lembaga Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan Kerjasama (LP2MK)
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

PERENCANAAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN UKM

Bernard Hasibuan, Ninin Gusdini

Abstract

Small Medium Enterprise (SMEs) is basic of Indonesian economic system which important entity for economics development. Strategic planning of SMEs become one critical issue for national economic strengthen. Strategic design should be explored by weakness and potential or opportunity of SMEs such as technology absorbtion of company. There are several part of technology system such as hardware, software, orgaware, infoware, and humanware. There are several other approaches used to improve the competitiveness of SMEs. The main approach taken is to empower SMEs to be able to produce quality products and services.

Keywords: *Economics development, SMEs, strategic planning, techology system, competitiveness*

Perencanaan pengembangan UKM diperlukan untuk menyusun strategi untuk mewujudkan kemandirian UKM. Kemandirian ini sangat diperlukan guna menjadikan UKM sebagai salah satu sektor usaha yang dapat memperkuat perekonomian nasional. Penyusunan strategi ini didasari oleh dua aspek yaitu kendala yang disebabkan oleh kelemahan-kelemahan UKM yang ada dan potensi serta peluang yang dapat dimanfaatkan. Secara umum kendala yang dihadapi selalu menyangkut lemahnya daya serap teknologi oleh pengusaha/ pekerja.

Technology Atlas Project (1989), mendefinisikan bahwa teknologi terdiri dari *hardware* (perangkat keras) berupa media, mesin dan peralatan produksi dll, organisasi (*orgaware*) berupa manajemen bisnis

yang modern, informasi (*infoware*) berupa informasi-informasi untuk pengembangan dan berita-berita terbaru yang berkaitan dengan usaha yang dijalani, serta manusianya (*humanware*) berupa pendidikan dan keterampilan dari pengusaha dan pekerjanya. Kaitannya dengan penyusunan strategi untuk memandirikan UKM di Indonesia maka peningkatan teknologi yang akan dilakukan hendaknya meliputi 4 aspek tersebut. Kemajuan dalam bidang teknologi pada dasarnya merupakan keberhasilan pemikiran yang kreatif dan kerja keras dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses pengembangannya. Kemajuan teknologi sangat ditentukan oleh keberhasilan penemuan baru (*scientific discovery and invention*) dan kapasitas/kemampuan

untuk melakukan alih ilmu pengetahuan dan teknologi secara cepat menjadi inovasi-inovasi praktis dari sumber-sumber iptek seperti universitas, litbang maupun pemerintah kepada produsen teknologi dan pengguna akhir dari teknologi (*end user*).

- *Hardware* (perangkat keras)

Dalam hal peningkatan hardware dilakukan terobosan-terobosan baru untuk menciptakan mesin-mesin, peralatan dan media dalam proses produksi yang lebih efisien dan efektif sehingga dapat menurunkan biaya produksi. Usaha ini dapat dilakukan dengan mengoptimalkan lembaga-lembaga riset dan pengembangan dari hasil studi/penelitian mahasiswa atau dengan memanfaatkan teknologi yang sudah ada dengan membeli lisensi teknologi sehingga usaha yang dilakukan dapat berjalan lebih optimal. Dalam pemilihan hardware untuk proses produksi ada beberapa dimensi produk yang harus dipertimbangkan agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen dan memiliki daya saing di pasaran.

Dimensi-dimensi dalam penilaian aspek produk tersebut

adalah:

1. Kinerja, dimensi ini mengenai seberapa baik suatu produk melakukan apa yang memang semestinya dilakukan.
2. Features, menggambarkan pernik-pernik yang melengkapi dan meningkatkan fungsi dasar produk.
3. Keandalan, dimensi kualitas ini berkaitan dengan kemampuan produk selama penggunaan biasa.
4. Kesesuaian, dimensi ini berkaitan dengan seberapa baik produk tersebut sesuai dengan standar.
5. Daya tahan, adalah ukuran umur produk dan teknologi modern yang memungkinkan.
6. Kemudahan perbaikan, kemudahan perbaikan saat produk rusak baik dalam metode perbaikannya maupun ketersediaan suku cadang, dapat meningkatkan kualitas produk
7. Keindahan, kualitas tidak hanya selalu bergantung pada kemampuan fungsional, tetapi keindahan dari produk juga dapat meningkatkan kualitas barang dan terkadang ini menjadi faktor penentu.

- *Orgaware* (organisasi)

Untuk peningkatan dibidang orgaware, pada tahap awal harus dilakukan perubahan paradigma dari pengusaha UKM yang bersifat tradisional menjadi bisnis modern. Dengan perubahan paradigma ini akan diikuti dengan perubahan manajemen usaha yang tradisional menjadi manajemen yang modern dan profesional. Salah satu ciri dari manajemen modern adalah inovatif dan memiliki nilai tambah. Dalam menghadapi era globalisasi, salah satu isu utama sebagai implikasi globalisasi adalah persaingan. Strategi dalam persaingan bisnis bukan berarti menggulingkan pesaing tetapi harus menciptakan inovasi-inovasi baru sehingga dapat merebut pasar.

Untuk menghasilkan suatu usaha yang memiliki nilai tambah maka manajemen yang dilakukan menggunakan pendekatan kesisteman. Pendekatan kesisteman ini berkaitan dengan bagaimana keseluruhan sumber daya/faktor baik internal maupun eksternal dikelola dengan sistematis dalam tatanan yang harmonis dengan memanfaatkan pengetahuan, keterampilan guna menciptakan nilai yang optimal. Manajemen nilai tambah lebih menekankan pada perubahan pola pikir, bukan hanya pada perubahan hardware, adapun elemen penentu

keberhasilan adalah (1) orientasi nilai (2) paradigma kesisteman (3) komitmen manajemen, keterlibatan karyawan dan budaya organisasi yang mendukung (4) perbaikan yang berkelanjutan (*sustainable improvment*).

- *Infoware* (informasi)

Kelemahan terbesar dari UKM saat ini adalah dalam bidang pemasaran dan modal. Penyebab dari kelemahan ini salah satunya adalah ketidak tahuan para pengusaha berkaitan dengan informasi pemesanan dan perolehan modal, sehingga mereka kerap kali tidak dapat memanfaatkan fasilitas yang ada seperti bantuan peminjaman modal dll. Hal ini berdampak pada kemajuan dari usaha yang dilakukan.

Dalam era globalisasi kedepan ketidak tahuan informasi terbaru sudah tidak dapat ditolelir lagi sehingga peningkatan fasilitas informasi dan kemampuan pemanfaatan teknologi informasi di kalangan pengusaha dan pekerja harus di perbaiki dan ditingkatkan. Usaha yang dapat dilakukan dalam peningkatan kemampuan pemanfaatan teknologi informasi dapat dilakukan dengan peningkatan keterampilan dan pendidikan dari pengusaha dan pekerja

baik secara formal maupun non formal. Perkembangan di bidang informasi dapat mendukung kinerja dari manajemen. Sebuah usaha yang modern dan profesional selalu didukung oleh sistem informasi yang kuat, sebagai contoh dengan memanfaatkan sistem informasi yang kuat maka pengusaha dapat mengetahui kebutuhan dan tuntutan dari konsumen secara cepat sehingga dapat dengan cepat juga menyesuaikan kebutuhan pasar sehingga produk yang dihasilkan dapat selalu diterima oleh konsumen.

- *Humanware*

Salah satu ciri khas dari UKM adalah banyak memanfaatkan tenaga kerja dalam menjalankan usahanya (padat karya) dan tingkat pendidikan dari pekerja dan pengusahanyapun masih rendah, bahkan dari hasil studi yang dilakukan ternyata masih banyak pekerja dan pengusaha yang tidak menamatkan pendidikan pada tingkat dasar dan hanya sedikit sekali yang menamatkan pendidikan sampai pada perguruan tinggi.

Rendahnya tingkat pendidikan berdampak pada rendahnya penyerapan teknologi yang ada. Hal ini menyebabkan perkembangan dari UKM menjadi

lambat dan manajemen usaha yang dilakukan sangat sederhana dan bersifat tradisional sehingga inovasi-inovasi dalam produksi masih sangat jarang. Kesemuanya ini tercermin pada rendahnya produktifitas dari UKM dan rendahnya kontribusi terhadap PDNB. Usaha dengan sistem manajemen yang moderen sangat membutuhkan tenaga kerja yang inovatif, memiliki pendidikan yang tinggi dan terampil/kreatif. Dalam hal pendidikan, usaha yang dapat dilakukan untuk mewujudkan kemandirian UKM dengan sistem manajemen yang modern dapat dilakukan peningkatan pendidikan dan keterampilan pekerja dan pengusaha melalui pelatihan, kursus atau sekolah formal.

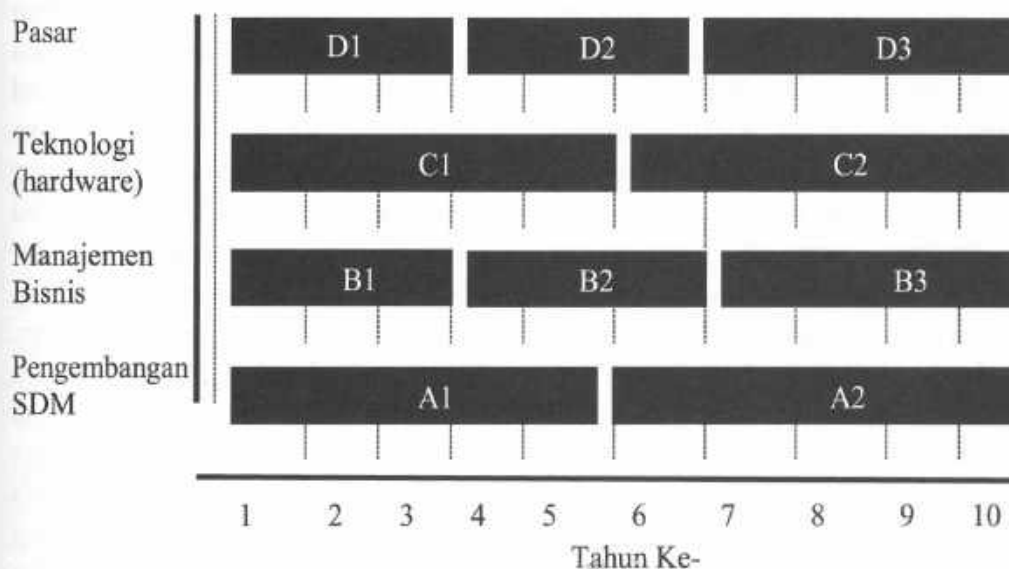
Ada beberapa pendekatan lain yang digunakan untuk meningkatkan daya saing dari UKM. Pendekatan utama yang dilakukan adalah memberdayakan UKM agar mampu menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas.

Agar perencanaan tersebut dapat mewujudkan tujuan yang hendak dicapai, maka dilakukan tahapan-tahapan berdasarkan

akhir tahun perencanaan (10 tahun) diharapkan UKM telah mandiri dan dapat memperkuat perekonomian nasional dengan indikator peningkatan produktivitas dan peningkatan kontribusi terhadap PDNB serta mampu bersaing dalam pasar global.

Berdasarkan aspek *hardware*, *orgaware*, *infoware* dan *humaware*

serta kelemahan-kelemahan dari UKM, maka dipilihlah variabel yang digunakan dalam perencanaan, yaitu SDM, manajemen bisnis, teknologi dan pemasaran. Masing-masing indikator perencanaan di jabarkan dalam kegiatan dan diplotting dalam kurun waktu perencanaan. Pemetaan dari kegiatan perencanaan dapat dilihat dalam gambar 4.1



Gambar 4.1 Roadmap Perencanaan dan Strategi Pembinaan UKM

Keterangan :

A1 : Pembinaan SDM melalui peningkatan pendidikan/skill dasar dan menengah

A2 : Peningkatan keterampilan dan alih teknologi

B1 : Reorientasi paradigma UKM dari tradisional menjadi profesional

B2 : Belajar dan menguasai proses produksi yang efisien

B3 : Diversifikasi usaha

C1 : Konsolidasi, sinkronisasi proses produksi yang ada dengan teknologi

- C2 : Pembelajaran dan penerapan teknologi yang mutakhir
- D1 : Konsolidasi dan optimalisasi pasar domestik (dalam negeri)
- D2 : Reorientasi dan persiapan keindahan pasar global
- D3 : Penetrasi ke pasar global

Tahapan pelaksanaan dilakukan berdasarkan urutan kurun waktu dan berurutan dari tiap-tiap kegiatan.

Tahapan awal / dasar dalam mempersiapkan UKM adalah pembinaan di bidang SDM. Pembinaan yang dilakukan (1) bersifat formal yaitu jenjang pendidikan formal (2) bersifat non formal yaitu melalui kegiatan pelatihan, kursus dll. Tahapan ini merupakan fondasi untuk mempersiapkan pengusaha dan pekerja yang dapat beradaptasi dan menerima alih teknologi yang ada, baik teknologi hardware, infoware maupun orgaware.

Pada perencanaan ini pembinaan SDM dilakukan dalam 2 tahapan yaitu 5 tahun pertama (A1) dilakukan pembinaan SDM melalui peningkatan pendidikan/skill dasar dan menengah. Pada 5 tahun kedua (A2) dilakukan peningkatan keterampilan dan alih teknologi. Dari tahapan ini diharapkan pada saat era persaingan bebas nanti pekerja dan pengusaha sudah dapat mandiri dan dapat menyesuaikan dengan kondisi

dan teknologi yang ada sehingga produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk lain.

Dalam bidang manajemen bisnis, perbaikan yang dilakukan dibagi menjadi 3 tahapan, 3 tahun pertama (B1) dilakukan reorientasi paradigma UKM dari tradisional menjadi profesional dengan melakukan pembinaan tentang majemen modern . Pada tahapan ini diharapkan UKM yang ada dapat lebih inovatif dan kreatif baik dalam bidang produksi maupun pemasaran. Tahapan kedua dengan kurun waktu 3 tahun (B2) merupakan tahapan belajar dan menguasai proses produksi yang efisien, karena diharapkan pekerja/pengusaha yang telah termotivasi untuk inovatif dan kreatif dapat menciptakan proses yang lebih efisien guna menekan biaya produksi sehingga harga produk yang ditawarkan akan dapat lebih kompetitif . Tahapan terakhir (B3) dengan kurun waktu 4 tahun merupakan tahap lanjutan berupa diversifikasi usaha, tahapan ini diharapkan UKM tidak bergantung pada satu jenis usaha sehingga apabila terjadi

kendala pada satu bagian usaha, usaha secara keseluruhan dapat tetap berjalan. Selain itu diharapkan pula produk yang dihasilkan tidak jenuh dipasaran sehingga konsumen selalu tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dalam diversifikasi usaha ini harus tetap mengacu pada jenis usaha utama.

Dalam aspek teknologi, indikator perencanaan pengembangan UKM dititik beratkan pada aspek teknologi hardware (pengembangan proses produksi) guna mendukung pembinaan dalam bidang manajemen. Pembinaan yang dilakukan dibagi menjadi 2 tahapan yaitu tahap konsolidasi dan improvisasi teknologi mutakhir. Pada tahap pertama (C1), dilakukan konsolidasi, sinkronisasi proses produksi yang ada dengan perkembangan teknologi. Dalam tahap ini para pengusaha/pengelola UKM melakukan kegiatan sinkronisasi /penyesuaian proses produksi yang dilakukan dengan teknologi yang ada sehingga diharapkan proses yang berjalan dapat lebih efisien seperti dalam hal penggunaan alat. Efisiensi proses produksi dapat meningkatkan pendapatan. Tahap ini diorientasikan selama 5 tahun, sehingga diasumsikan pada 5 tahun ke depan setiap UKM telah dapat memanfaatkan kemajuan

teknologi dan siap untuk menyerap teknologi yang mutakhir. Pada tahap ke dua (C2) merupakan tahap pembelajaran dan penerapan teknologi yang mutakhir. Pada tahap ini dilakukan usaha-usaha untuk mengadopsi teknologi yang terbaru dengan mempersiapkan SDM dan hardware yang akan dimanfaatkan/digunakan. Dengan teknologi yang mutakhir diharapkan UKM dapat bersaing dengan industri besar lain yang telah modern.

Muara dari permasalahan yang dirasakan oleh UKM adalah dalam bidang pemasaran. Keberhasilan dalam bidang produksi harus diikuti dengan pembinaan dan pengembangan dalam bidang pemasaran. Sebagian besar dari UKM menghadapi kesulitan dalam memasarkan hasil produksinya. Untuk menghadapi masalah tersebut maka perencanaan dalam bidang pengembangan pemasaran dilakukan dalam 3 tahapan yaitu Konsolidasi dan optimalisasi pasar domestik (pasar dalam negeri) (D1), Reorientasi dan persiapan ke pasar global (D2) dan Penetrasi ke pasar global (D3).

Pada tahapan awal perlu dilakukan penguatan terhadap pasar domestik, karena dari hasil survey menyatakan

konsumen terbesar dari produk UKM adalah pasar lokal. Apabila pasar lokal telah terpenuhi dengan baik maka pada tahap selanjutnya dilakukan pengembangan pangsa pasar dengan mempersiapkan produk UKM agar dapat diterima oleh pasar global. Tahap ini diorientasikan untuk kurun waktu 3 tahun. Usaha yang dilakukan guna persiapan menuju pasar global yaitu dengan meningkatkan kualitas dan kontinuitas produk yang selanjutnya dilakukan publikasi dari produk UKM ke pasar global baik melalui jalur pemerintah maupun swasta. Tahap ini diorientasikan selama kurun waktu 3 tahun. Apabila produk UKM telah diterima oleh pasar global maka dilakukan perluasan pangsa pasar dari tingkat lokal menuju tingkat global. Sehingga dengan tahapan perencanaan ini diharapkan pada 10 tahun ke depan UKM produk UKM dapat diterima dan dapat berkiprah dalam pasar global.

Daftar Pustaka

Arsyad A, Azis I . *Perkembangan dan Prospek Ekonomi Indonesia*. 1999. PT. Gramedia. Indonesia

_____. *Usaha Kecil dan Menengah dalam Angka*. 1990 - 2006. BPS. Indonesia.

Nasution, A., 2003, *Strategi Pembangunan Ekonomi Baru*, Makalah Dipresentasi kanpada Kongres ISEI XV di Malang,

Soesastro H, Aswi Cahyono. *Teknologi dan Strategi Meraih Keunggulan Komparatif*. 1995. UI Press. Indonesia.

Soetoro R. 2001. *Ekonomi dan Pembangunan Masa Krisis*. PT. Karyaadhi. Indonesia

Soetrisno, N., 2003, *Kewirausahaan Dalam Pengembangan UKM di Indonesia*, Makalah Dipresentasikan pada Kongres ISEI XV di Malang,



Program Studi Universitas Sahid Jakarta (Diploma (DIII) - Sarjana (S1))



FAKULTAS	KONSENTRASI	FAKULTAS	KONSENTRASI
Ekonomi	Manajemen Perhotelan	Teknik	Teknik Industri
	Manajemen Pariwisata		Teknik Grafika
	Man. Perbankan Syariah		Teknik Lingkungan
	Manajemen Keuangan	Hukum	Praktisi Hukum
			Hukum Bisnis
	Manajemen Pemasaran	Teknologi Industri Pertanian	Teknologi Industri Pangan
Akuntansi	Man. Pelayanan Makanan		
Ilmu Komunikasi (S1)	Ilmu Hubungan Masyarakat	Komunikasi (D3)	Hubungan Masyarakat
	Komunikasi Pemasaran		Penyiaran (Broadcasting)
	Jurnalistik		Periklanan (Advertising)
			Komunikasi Bisnis

Sekretariat :

Kampus 1 Jl. Prof. Dr. Supomo, SH No 84 Jakarta 12870

Telp: (021) 8312815 (Hunting), Fax: (021) 8354763

Website : <http://www.usahid.ac.id>

Email : lpmm_usahid@hotmail.com

ISSN 2086-9789



DITERBITKAN OLEH :

LEMBAGA PENELITIAN, PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DAN KERJASAMA
(LP2MK) UNIVERSITAS SAHID JAKARTA