

## **EVALUASI EFEKTIVITAS BIAYA USAHA KECIL MENENGAH DI KABUPATEN SIDOARJO TAHUN 2014**

Erna Haryanti Koestedjo

[haryanti\\_erna@uwks.ac.id](mailto:haryanti_erna@uwks.ac.id)

Dosen pada Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

### **ABSTRAK**

Judul penelitian ini adalah Evaluasi Efektivitas Biaya Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2014. Tujuan Penelitian ini adalah Untuk mengukur kinerja pengelolaan biaya yang dilakukan oleh UKM di wilayah Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo dan sebagai dasar penetapan kebijakan yang berkaitan dengan usaha Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo untuk mendorong tumbuh dan berkembangnya UKM di Kabupaten Sidoarjo yang mandiri dan berkelanjutan.

Metode analisis yang digunakan adalah Analisa Deskriptif, yaitu analisa terhadap data yang bersifat kualitatif dari hasil diskusi kelompok terfokus, Analisa Kualitatif, yaitu analisa terhadap data yang berupa pernyataan atau data yang tidak berupa angka, dan Analisa Kuantitatif, yaitu analisa terhadap data yang berupa angka-angka (data kuantitatif) untuk mengetahui kecenderungan (trend), dan perkembangan data menggunakan grafik/diagram yang relevan.

Hasil Penelitian ini antara lain: Bantuan hibah dari pemerintah daerah Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2012 telah berhasil meningkatkan kondisi usaha UKM. Efektifitas pembiayaan tersebut ditandai dengan dampaknya pada perkembangan kinerja keuangan yang semakin baik dalam periode yang diamati sampai tahun 2013. Evaluasi setiap tahun perlu dilakukan agar UKM mendapatkan motivasi dan dukungan dari pemerintah daerah secara berkelanjutan dalam upaya memajukan usahanya di tahun-tahun yang akan datang. Tanpa pemantauan (monitoring) dan evaluasi maka program bantuan ini akan kurang manfaatnya. Terutama karena sifatnya yang berupa hibah dan tanpa syarat apapun. UKM merasa tidak berkewajiban memberikan laporan dan bertanggungjawab atas efektifitas bantuan tersebut. Bantuan yang diberikan kepada UKM sebaiknya dilengkapi dengan paket pembuatan laporan keuangan sederhana. Tanpa kemampuan membuat laporan keuangan, maka UKM akan sulit menilai kemajuan dan kekurangan dirinya dalam menjalankan usahanya. UKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi karena UKM lebih banyak dikelola dan menjadi milik keluarga atau komunitas-komunitas kecil, yang memiliki tingkat fleksibilitas dan elastisitas tinggi dalam menghadapi perubahan lingkungan eksternal seperti perubahan perekonomian, harga pasar dan lain-lain.

**Kata Kunci: UKM, Perekonomian, Efektivitas.**

### **PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Kekuatan UKM terbukti saat menghadapi peristiwa krisis ekonomi di tahun 1998 dan krisis keuangan global. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) ternyata

mampu bertahan sebagai penyangga kehidupan rakyat. Peneliti ekonomi dari Bank Dunia (World bank) menyepakati juga bahwa usaha kecil dan menengah terbukti paling tahan terhadap guncangan krisis moneter. Pada saat itu, perekonomian Indonesia terselamatkan, salah satunya karena faktor keberadaan UKM yang membuat roda ekonomi sedikit demi sedikit mengalami pemulihan. Hal ini membuktikan bahwa pengembangan dan pemberdayaan perekonomian pedesaan melalui pengembangan UKM merupakan langkah yang tepat untuk membangun perekonomian bangsa. Dalam menghadapi persaingan di era globalisasi yang sedang bergulir tahun 2014, UKM Indonesia dituntut untuk melakukan restrukturisasi dan reorganisasi dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang makin spesifik, berubah dengan cepat, produk berkualitas tinggi, dan harga yang murah .

Berdasarkan catatan Data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia tahun 2008, mencapai lebih dari 51 juta unit. Di Kabupaten Sidoarjo, pada tahun 2012, jumlah UKM telah mencapai lebih dari 15 ribu unit. Sehingga Kabupaten Sidoarjo dikenal juga sebagai kotanya UKM. Hal ini menunjukkan bahwa UKM memiliki peran yang penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga dapat menjadi penggerak pembangunan dan pertumbuhan ekonomi bangsa. Peranan UKM tersebut selayaknya menjadi bagian yang diarusutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan. Pembinaan UKM merupakan salah satu tanggungjawab dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan Departemen Koperasi dan UKM. Di Kabupaten Sidoarjo, pembinaannya dilakukan oleh Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan dan ESDM.

Peran dari pemerintah daerah sangat penting menumbuh kembangkan UKM di daerah karena pemerintah daerah yang bersentuhan langsung dengan kondisi internal dan eksternal UKM.

Pemberdayaan UKM yang bisa dilakukan oleh Pemerintah Daerah adalah :

1. Menetapkan kebijakan iklim usaha yang memberikan dorongan bagi pengembangan UKM yang mandiri;
2. Memberikan kemudahan memperoleh bahan baku, teknologi produksi, perolehan dana modal usaha;
3. Memberikan bantuan dan fasilitas dalam membuka jaringan kemitraan baik kepada pemasok bahan baku maupun dalam upaya pengembangan pasar dan kemitraan usaha;
4. Memberikan bantuan untuk bimbingan manajemen dan kelembagaan serta bantuan teknik berupa pendidikan dan latihan;
5. Mengusahakan agar produk-produk UKM mampu mencapai keunggulan bersaing berskala regional atau bahkan internasional;
6. Memfokuskan pada pengembangan UKM yang mampu menciptakan lapangan kerja yang tinggi di daerah yang berdampak;

Upaya yang dilakukan agar UKM Indonesia mampu bersaing berskala ASEAN baik dengan industri kecil di negara-negara ASEAN lainnya maupun dengan industri besar adalah dengan cara meningkatkan kinerja UKM dari berbagai aspek. Selama ini UKM kita hanya berfokus pada aktivitas operasional secara tradisional

tanpa memperhatikan evaluasi kinerja yang bisa dijadikan ukuran kemajuan perkembangan usahanya.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya UKM biasanya merasa kesulitan dalam pencatatan terhadap apa yang telah dilakukan dalam setiap periode waktu tertentu. Kesulitan tersebut berkaitan dengan pencatatan terhadap hasil usaha yang telah dilakukan dan bagaimana mengukur apakah usaha yang telah dilakukan tersebut sudah dianggap berhasil atau tidak jika dilihat dari ukuran kinerja perusahaan secara umum.

Upaya Pemerintah Daerah untuk mendorong pengembangan UKM dari aspek keuangan antara lain adalah :

1. Memberikan pemahaman tentang pentingnya pencatatan kegiatan operasional terutama pencatatan keuangan usaha. Laporan keuangan usaha dapat dijadikan ukuran kinerja keuangan usaha. Dengan laporan keuangan usaha, pihak kreditor dapat melihat perkembangan kinerja usaha dan dapat memperkirakan kinerja usaha di masa yang akan datang yang dapat mempengaruhi akuntabilitas dari UMK tersebut kepada pihak per bankan maupun stakeholdernya.
2. Memberikan bimbingan dalam pencatatan keuangan dan pembuatan laporan keuangan yang bisa dibaca oleh pihak-pihak eksternal sebagai bagian dari UKM (Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas perdagangan dan perindustrian, bank/lembaga keuangan lain, kreditor dan lain-lain).
3. Membuat evaluasi terhadap kinerja pembiayaan UKM di Kabupaten/Kota untuk melihat kinerja keuangan UKM yang ada di daerah. Hal ini dimaksudkan untuk melihat perkembangan UKM dari aspek keuangan yang bisa dijadikan referensi dalam menetapkan kebijakan Pemerintah Daerah.

Berdasarkan uraian di atas, maka Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo perlu menyusun analisis efektivitas biaya oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang ada di Kabupaten Sidoarjo.

### **Permasalahan**

Usaha Kecil Menengah yang ada di Kabupaten Sidoarjo jumlahnya sangat banyak. Tetapi dalam perkembangannya masih banyak UKM yang menghadapi masalah manajemen terutama manajemen keuangan sehingga berakibat sulitnya mengukur keberhasilan UKM secara keseluruhan dari aspek keuangan. Pembiayaan usaha adalah faktor yang dapat diatur dan dikendalikan oleh pengusaha. Karenanya tinjauan yang paling tepat adalah dari evaluasi efektifitas aspek pembiayaan usahanya.

### **Tujuan Kegiatan.**

1. Untuk mengukur kinerja pengelolaan biaya yang dilakukan oleh UKM di wilayah Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo.
2. Sebagai dasar penetapan kebijakan yang berkaitan dengan usaha Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo untuk mendorong tumbuh dan berkembangnya UKM di Kabupaten Sidoarjo yang mandiri dan berkelanjutan.

## **Output**

Hasil yang diharapkan dari Evaluasi Efektivitas Biaya Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Sidoarjo adalah Dokumen yang menggambarkan Kinerja Keuangan UKM di Daerah Kabupaten Sidoarjo.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Usaha Kecil dan Menengah (UKM)**

Menurut Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”. Sedangkan menurut Andi Irawan (2007:8) setiap negara memiliki definisi Usaha Kecil Menengah (UKM) yang berbeda. Australia, mendefinisikan Usaha Kecil Menengah (UKM) jika memiliki tenaga kerja masing-masing paling kurang lima orang, antara enam sampai dua puluh orang. Di Amerika, UKM adalah entitas bisnis yang memiliki tenaga kerja kurang dari 500 orang.

Di Indonesia UMKM saat ini dianggap sebagai salah satu cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. Dari statistik dan riset yang dilakukan, UMKM mewakili jumlah kelompok usaha terbesar dan UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 9 tahun 1995, usaha kecil dan menengah memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 miliar.
- c. Milik Warga Negara Indonesia (WNI)
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai usaha besar.
- e. Bentuk usaha pribadi, badan usaha berbadan hukum/tidak, termasuk koperasi.
- f. Untuk sektor industri, memiliki total aset maksimal Rp 5 miliar.
- g. Untuk sektor non industri, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 600 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), atau memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 3 miliar pada usaha yang dibiayai.

Menurut batasan Kementerian Koperasi dan UKM dalam UU No 20 Tahun 2008, pengertian dari Usaha Kecil Menengah terbagi dalam dua pengertian yakni :

- a. Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut :
  - Kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Evaluasi Efektivitas Biaya Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2014  
(Erna Haryanti Koestedjo)

- Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- b. Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut :
- Kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
  - Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

**Tabel 1. Definisi dan Kriteria UKM**

Organisasi	Jenis Usaha	Kriteria
Biro Pusat Statistik (BPS)	Usaha Kecil	Pekerja 5 – 19 orang
	Usaha Menengah	Pekerja 20 – 99 orang
Bank Indonesia (BI)	Usaha Mikro (SK Dir BI No 31/24/KEP/ DIR Tgl 5 Mei 1998)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin</li> <li>• Dimiliki oleh keluarga sumber daya lokal dan teknologi sederhana</li> <li>• Lapangan usaha mudah untuk <i>exit</i> dan <i>entry</i></li> </ul>
	Usaha Menengah (SK Dir BI No 30/45/Dir/ UK tgl 5 Januari 1997)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aset &lt; Rp 5 M untuk industri</li> <li>• Aset &lt; Rp 600 juta diluar tanah &amp; bangunan</li> <li>• Omzet tahunan &lt; Rp 3 M</li> </ul>
Bank Dunia	Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah karyawan &lt; 30 orang</li> <li>• Pendapatan setahun &lt; \$ 3 juta</li> <li>• Jumlah aset &lt; \$ 3 juta</li> </ul>
	Usaha Menengah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah karyawan maksimal 300 org</li> <li>• Pendapatan setahun hingga sejumlah \$ 15 juta</li> <li>• Jumlah aset hingga sejumlah \$ 15 juta</li> </ul>
Kementerian Koperasi dan UKM (Undang-undang No. 20 tahun 2008)	Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekayaan Bersih (tidak termasuk tanah &amp; bangunan) Lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp. 500 juta</li> <li>• Hasil Penjualan Tahunan (Omset/tahun) Lebih dari Rp.300 juta sampai dengan paling banyak Rp. 2,5 Milyar</li> </ul>
	Usaha Menengah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekayaan Bersih (tidak termasuk tanah &amp; bangunan) Lebih dari Rp. 500 juta sampai dengan paling banyak Rp. 10 Milyar</li> <li>• Hasil Penjualan Tahunan (Omset/tahun) Lebih dari Rp. 2,5 Milyar sampai dengan paling banyak Rp. 50 Milyar</li> </ul>

Sumber : Bank Indonesia; <http://infoukm.wordpress.com>

Jenis-Jenis Atau Klasifikasi UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok:

a) *Livelihood Activities*

Merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contoh: pedagang kaki lima.

b) *Micro Enterprise*

Merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

c) *Small Dynamic Enterprise*

Merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

d) *Fast Moving Enterprise*

Merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Beberapa ciri-ciri penanda Usaha Kecil Menengah antara lain :

- 1) Berbasis pada sumber daya lokal sehingga dapat memanfaatkan potensi secara maksimal dan memperkuat kemandirian.
- 2) Dimiliki dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal sehingga mampu mengembangkan sumber daya manusia.
- 3) Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah;
- 4) Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah.
- 5) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga
- 6) Sumberdaya manusia memiliki pengalaman dalam berwirausaha.
- 7) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal.
- 8) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning.

Kekuatan yang dimiliki oleh Usaha Kecil Menengah pada umumnya adalah :

- 1) Penyediaan lapangan kerja, peran usaha kecil menengah dalam penyerapan tenaga kerja.
- 2) Mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru, dan memanfaatkan sumber daya alam sekitar.
- 3) Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- 4) Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil
- 5) Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya birokratis

Kelemahan yang biasanya melekat pada Usaha Kecil Menengah adalah :

- 1) Kesulitan pemasaran  
Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh pengusaha UKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik dipasar domestik dari produk-produk yang serupa buatan pengusaha-pengusaha besar dan impor, maupun dipasar ekspor.
- 2) Keterbatasan finansial  
UKM menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial antara lain: modal (baik modal awal maupun modal kerja) dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang.
- 3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)  
Keterbatasan sumber daya manusia juga merupakan salah satu kendala serius bagi UKM, terutama dalam aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, control kualitas, akuntansi, mesin-mesin, organisasi, pemrosesan data, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Semua keahlian

tersebut sangat diperlukan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktifitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru.

- 4) Masalah bahan baku  
Keterbatasan bahan baku dan input-input lain juga sering menjadi salah satu masalah serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi.
- 5) Keterbatasan teknologi  
Berbeda dengan Negara-negara maju, UKM umumnya masih menggunakan teknologi tradisonal dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya jumlah produksi dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat serta kesanggupan bagi UKM untuk dapat bersaing di pasar global.

Beberapa contoh jenis bidang usaha kecil menengah antara lain :

- a. Usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja.
- b. Pedagang dipasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya.
- c. Pengrajin industri makanan dan minuman, industri meubel air, kayu dan rotan,
- d. Industri alat-alat rumah tangga, industri pakaian jadi dan industri kerajinan tangan.
- e. Peternakan ayam, itik dan perikanan.
- f. Koperasi berskala kecil.

Profil pengusaha kecil Indonesia dari segi manajemen, yaitu sebagai berikut:

1. Pemilik sebagai pengelola.
2. Berkembang dari usaha kecil-kecilan, karena itu kepercayaan diri yang berlebihan.
3. Tidak membuat perencanaan tertulis
4. Kurang membuat catatan/pembukuan tertib
5. Pendelegasian wewenang secara lisan
6. Kurang mampu mempertahankan mutu
7. Sangat tergantung pada pelanggan dan pemasok disekitar usahanya.
8. Kurang membina saluran informasi
9. Kurang mampu membina hubungan perbankan.

Profil pengusaha kecil Indonesia dari segi keuangan, yaitu sebagai berikut:

1. Memulai usaha kecil-kecilan, bermodal sedikit dan keterampilan pemilikinya.
2. Terbatasnya sumber dana dari perbankan.
3. Kemampuan memperoleh pinjaman bank relatif rendah/kurang mampu sediakan jaminan, proposal kredit, dan lain-lain
4. Kurang akurat perencanaan anggaran kas
5. Kurang memahami tentang perlunya pencatatan keuangan/akuntansi.
6. Kurang memahami tentang prinsip-prinsip penyajian laporan keuangan dan kemampuan analisisnya.
7. Kurang mampu memilih informasi yang berguna bagi usahanya.

### **Permasalahan Utama UKM di Indonesia**

Persolan yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia bersifat multidimensi. beberapa masalah yang umum dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah seperti keterbatasan modal kerja dan / atau modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau, keterbatasan teknologi, SDM dengan kualitas yang baik (terutama manajemen dan teknisi produksi), informasi khususnya mengenai pasar, dan kesulitan dalam pemasaran (termasuk manajemen dan teknisi distribusi).

Berikut ini beberapa masalah umum yang di hadapi oleh UKM di Indonesia antara lain :

### **Permasalahan Pemasaran**

Dalam literatur, pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UKM. Hasil dari suatu studi lintas negara yang dilakukan oleh James dan Akrasanee (1998) di sejumlah negara ASEAN menunjukkan bahwa pemasaran adalah termasuk *growth constraint* yang dihadapi oleh banyak pengusaha kecil dan menengah (masalah ini dijumpai tidak terlalu serius di Singapura). Studi ini menyimpulkan bahwa jika UKM tidak melakukan perbaikan yang cukup di semua aspek-aspek yang terkait dengan pemasaran seperti kualitas produk dan kegiatan promosi maka sulit sekali bagi UKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era promosi maka sulit sekali bagi UKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.

Hasil studi mereka itu menunjukkan bahwa salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh UKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik di pasar domestik dari produk-produk serupa buatan luar (impor), maupun di pasar ekspor. Salah satu efek dari krisis yang berkepanjangan adalah akses ke kredit bank menjadi sulit (kalau tidak dapat dikatakan tertutup sama sekali), dan permintaan pasar dalam negeri yang menurun karena merosotnya tingkat pendapatan riil masyarakat per kapita. Akibatnya dapat diduga bahwa banyak UKM semakin sulit untuk meningkatkan atau bahkan mempertahankan tingkat daya saing mereka di pasar domestik maupun pasar internasional.

### **Keterbatasan Finansial**

UKM, khususnya UK di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial : mobilisasi modal awal (start up capital) dan akses ke modal kerja dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang. Walau pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak cukup untuk kegiatan produksi, apa lagi untuk investasi (perluasan kapasitas produksi atau menggantikan mesin-mesin tua). Sementara, mengharapkan sisa dari kebutuhan finansial sepenuhnya dibiayai oleh dana dari perbankan jauh dari realitas. Oleh sebab itu, tidak mengherankan jika hingga saat ini walaupun begitu banyak skim-skim kredit dari perbankan dan dari bantuan BUMN, sumber-sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UKM, terutama usaha mikro/ rumah tangga. Hal ini disebabkan oleh pengusaha yang tinggal di daerah yang relatif terisolasi, persyaratan terlalu berat, urusan administrasi terlalu bertele-tele, dan kurang informasi mengenai skim-skim perkreditan yang ada dan prosedurnya (Tambunan, 1994 dan 2000).



### **Keterbatasan SDM**

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak UKM di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek entrepreneurship, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, engineering design, quality control, organisasi bisnis, akuntansi, data processing, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Sedangkan semua keahlian ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Lokasi Kegiatan**

Lokasi kegiatan kajian penyusunan Evaluasi Efektivitas Biaya UKM adalah di wilayah administratif Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Dengan menggunakan subyek data yang paling dapat dipercaya (*valid*) dan terbaru (*update*) yang dimiliki Pemerintah Daerah Kabupaten beserta SKPD yang terkait.

### **Sasaran Kegiatan**

Sasaran dari kegiatan kajian penyusunan Evaluasi Efektivitas Biaya UKM Kabupaten Sidoarjo tahun 2014 ini adalah SKPD Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan ESDM serta UKM terpilih di beberapa kecamatan.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang akan digunakan dalam kajian ini berupa data kualitatif dan data kuantitatif. Kedua jenis data tersebut dapat berupa data-data sekunder berupa catatan, laporan, panduan, makalah dalam bentuk dokumen maupun data statistik yang dihasilkan dari pelaksanaan program pembangunan dan pengembangan UKM di Kabupaten Sidoarjo yang telah ada maupun data primer yang akan dihimpun dari proses survey di lokasi kegiatan.

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang digunakan dalam kajian ini dilakukan dengan metode :

#### 1) **Studi Pustaka,**

Metode pengumpulan data dilakukan dengan Studi Pustaka, yaitu mengidentifikasi kondisi umum maupun spesifik di Kabupaten Pasuruan baik kuantitas maupun perkembangan yang ada pada saat ini, dengan mempelajari catatan-catatan; dokumen-dokumen; dan literatur dari berbagai media baik cetak maupun elektronik. Data yang dibutuhkan adalah :

- Keadaan umum daerah (Kabupaten Sidoarjo dalam Angka)
- Data kondisi UMKM Kabupaten Sidoarjo dari SKPD terkait, mengenai jumlah, jenis dan lokasi UMKM terikini (2012-2013).

### **Teknik Pengolahan dan Analisa Data**

Teknik analisa yang dipergunakan dalam melakukan analisa data program penyusunan Evaluasi Efektivitas Biaya Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2014 adalah sebagai berikut:

- 1) **Analisa Deskriptif**, yaitu analisa terhadap data yang bersifat kualitatif dari hasil diskusi kelompok terfokus.
- 2) **Analisa Kualitatif**, yaitu analisa terhadap data yang berupa pernyataan atau data yang tidak berupa angka.
- 3) **Analisa Kuantitatif**, yaitu analisa terhadap data yang berupa angka-angka (data kuantitatif) untuk mengetahui kecenderungan (*trend*), dan perkembangan data menggunakan grafik/diagram yang relevan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Visi dan Misi Pengembangan UKM

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2011 – 2015 disusun untuk memberikan arah dan pedoman bagi seluruh pelaku pembangunan di Kabupaten Sidoarjo, baik Pemerintah Kabupaten Sidoarjo maupun masyarakat secara luas dalam merencanakan dan melaksanakan kebijakan pembangunan daerah dalam lima tahun sesuai dengan porsi dan peran masing-masing. RPJMD Kabupaten Sidoarjo Tahun 2011 – 2015 tersebut telah ditetapkan dengan Peraturan Daerah Kabupaten Sidoarjo Nomor 12 Tahun 2011 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Sidoarjo Tahun 2011 – 2015. Sebagai hasil dari kesepakatan dan konsensus bersama dari seluruh stakeholder pembangunan, keberhasilan pelaksanaan RPJMD Kabupaten Sidoarjo tergantung pada kesungguhan semua pihak, baik penyelenggara pemerintahan maupun partisipasi seluruh masyarakat Kabupaten Sidoarjo.

Visi RPJPD Kabupaten Sidoarjo adalah "Mewujudkan Masyarakat yang Mandiri, Sejahtera dan Madani". Visi RPJMD Kabupaten Sidoarjo 2011 – 2015 ini adalah : "Menuju Sidoarjo Sejahtera, Mandiri, dan Berkeadilan. Misi yang merupakan perwujudan visi pembangunan Kabupaten Sidoarjo Tahun 2011 – 2015 dijabarkan ke dalam 8 misi, dijalankan secara berkesinambungan dan sinergis, serta memfokuskan pada pengembangan sektor-sektor ekonomi dan pengembangan sumber daya manusia sebagai basis pembangunan kemakmuran masyarakat Sidoarjo yang mandiri. Salah satu misi yang terkait dengan pengembangan UKM Kabupaten Sidoarjo adalah Misi ke-2 yaitu Menumbuhkembangkan potensi sektor industri, perdagangan, pariwisata, UMKM, Koperasi, pertanian dan perikanan yang berorientasi agrobis secara optimal yang berwawasan lingkungan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Pembangunan ekonomi pada hakekatnya merupakan upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan dan pemerataan pendapatan masyarakat. Pelaksanaan pembangunan ekonomi didasarkan pada sistem ekonomi kerakyatan dan pengembangan sektor unggulan, terutama yang banyak menyerap tenaga kerja dan berorientasi pada ekspor yang didukung dengan peningkatan kemampuan sumber daya manusia dan teknologi untuk memperkuat landasan pembangunan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing serta berorientasi pada globalisasi ekonomi.

Dalam pertumbuhan ekonominya, sektor Industri Pengolahan mempunyai kontribusi sektor cukup besar terhadap PDRB Kabupaten Sidoarjo, yaitu sebesar 44,16%. Pada sektor industri pengolahan ini, potensi terbesar adalah pada sektor

Evaluasi Efektivitas Biaya Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2014  
(Erna Haryanti Koestedjo)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Sektor ini terbukti tahan dari terpaan krisis. Jumlah unit usaha sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah tahun 2013 di Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut :

**Tabel 2.**  
**Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sidoarjo, 2013**

No.	Skala Usaha	Jumlah Unit Usaha	Prosentase
1	Mikro	154.892	90,43
2	Kecil	14.863	8,68
3	Menengah	1.536	0,90
	Jumlah	171.291	100

Sumber : Diskoperindag & ESDM Kab. Sidoarjo

Potensi UMKM terdiri dari berbagai macam produk / komoditas yang tersebar di 18 Kecamatan yaitu :

**Tabel 3.**  
**Potensi Komoditas Unggulan Kabupaten Sidoarjo Tahun 2013**

No.	Komoditas	Lokasi Usaha : Desa	Kecamatan
1	Tas dan Koper	Kedensari, Kludan, Kalisampurno, Ketegan	Tanggulangin
2	Batik	Jetis, Lemahputro	Sidoarjo
3	Topi	Punggul	Gedangan
4	Industri Logam Besi	Ngingas, Kureksari, Kedungrejo	Waru
5	Sandal	Wedoro, Berbek, Kepuhkiriman, Wadungasri, Mojosantren, Kemas	Krian
6	Sepatu	Banjarsari	Buduran
		Kedensari, Kludan	Tanggulangin
		Kemas	Krian
		Tebel, Seruni	Gedangan
7	Pengolah Ikan	Kalidawir, Kalitengah, Penatarsewu	Tanggulangin
		Kalanganjar	Sedati
		Tambakoso	Waru
		Kebonagung, Pamotan. Porong, Wunut, Kedungboto, Lajuk, Juwetkenongo, Plumbon	Porong
8	Pengasinan Ikan	Gisikcemandi, Kalanganjar	Sedati
9	Bordir	Randegan, Kedensari, Kludan	Tanggulangin
		Kedungpandan, Trompoasri, Semambung	Jabon
10	Sayangan	Candi, Kebonsari, Klurak	Candi
		Kebakalan, Kesambin	Porong
11	Krupuk	Tambakrejo, Tambakoso	Waru
		Jatikalang, Gampang	Prambon
		Tlasi, Kepadangan	Tulangan
		Kedungrejo	Jabon
12	Tempe	Sepande, Sumokali, Jambangan, Sidodadi	Candi
		Kedungcangkring	Jabon
		Sedenganmijen	Krian
13	Ternak Itik	Karangtanjung, Kebonsari	Candi
		Tambakcemandi	Sedati

No.	Komoditas	Lokasi Usaha : Desa	Kecamatan
		Banjarsari Gesing	Buduran
14	Ternak Sapi	Permisan, Balongtani, Tambakkalisogo, Trompoasri	Jabon
15	Telur Asin	Dukuhtengah, Kebonsari	Candi
		Prasung	Buduran
		Banjarsari	Tanggulangin

Sumber : Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan & ESDM

### Strategi dan Arah Kebijakan UKM

Strategi merupakan pola tindakan yang dipilih untuk mewujudkan visi dan misi. Strategi mengarahkan seluruh sumber daya secara efektif dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Berdasarkan Visi, Misi, tujuan dan sasaran pembangunan yang telah ditetapkan dan mencermati isu-isu strategis, permasalahan-permasalahan yang dihadapi, peluang, dan ancaman maka dirumuskan strategi dan arah kebijakan pembangunan. Strategi untuk melaksanakan Misi ke-2 dalam RPJMD 2011-2015, adalah : Pembangunan ekonomi sinergis dengan potensi daerah secara berkelanjutan meliputi industri, perdagangan, jasa, pertanian berbasis agrobisnis, meningkatkan daya saing usaha kecil menengah dan koperasi, serta pengembangan sektor pariwisata.

Kabupaten Sidoarjo terkenal dalam hal perikanan, sehingga sektor ini perlu mendapatkan perhatian yang cukup dari pemerintah agar hasil perikananannya terus optimal. Pembangunan pertanian mencakup sub sektor tanaman bahan makanan, peternakan, perikanan, dan perkebunan. Selain melalui peningkatan hasil produksi pertanian serta perikanan, pembangunan dan pemberdayaan Koperasi dan UMKM merupakan langkah strategis. Karena sektor tersebut memiliki peranan yang besar dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak untuk mendukung pertumbuhan ekonomi daerah serta berbagai upaya dalam penciptaan lapangan kerja baru. Hal ini ditunjukkan melalui keberadaan UMKM yang merupakan bagian terbesar dari kegiatan ekonomi-sosial penduduk. Dalam masa krisis, usaha skala Mikro, Kecil, dan Menengah telah memperlihatkan ketangguhannya.

Oleh karena itu, pembangunan ekonomi daerah kedepan akan diarahkan untuk lebih menguatkan keberpihakan pada pemberdayaan usaha ekonomi rakyat melalui pertumbuhan dan pengembangan usaha yang komprehensif dan terpadu sehingga keberadaan UMKM dapat menjadi pilar utama dalam mendorong perekonomian daerah. Kemampuan UKM untuk bersaing di era perdagangan bebas, baik di pasar domestik maupun pasar ekspor sangat ditentukan oleh dua kondisi utama yang perlu dipenuhi. *Pertama*, lingkungan internal UKM yang harus kondusif, yang mencakup aspek kualitas SDM, penguasaan teknologi dan informasi, struktur organisasi, sistem manajemen, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar dan tingkat kewirausahaan. *Kedua*, lingkungan eksternal harus juga kondusif yang terkait dengan kebijakan pemerintah, aspek hukum, kondisi persaingan pasar dan kondisi ekonomi-sosial-kemasyarakatan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat serta perubahan ekonomi global.

Arah kebijakan adalah pedoman untuk mengarahkan rumusan strategi yang dipilih agar lebih terarah dalam mencapai tujuan dan sasaran dari waktu ke waktu selama 5 (lima) tahun. Tujuan pembangunan yang hendak dicapai yaitu :

- a. Peningkatan potensi dan daya saing daerah;
- b. Peningkatan pertumbuhan ekonomi.

Sedangkan sasaran pembangunan yang akan dicapai adalah :

- a. Peningkatan daya saing sektor UMKM dan koperasi;
- b. Peningkatan pertumbuhan sektor industri, perdagangan, jasa, dan pertanian berbasis agrobis.

Sehingga dirumuskan strateginya, yaitu dengan melaksanakan pembangunan ekonomi yang sinergis dengan potensi daerah secara berkelanjutan meliputi industri, perdagangan, jasa, pertanian berbasis agrobis, meningkatkan daya saing usaha kecil menengah dan koperasi, serta pengembangan sektor pariwisata. Maka kebijakan umum yang ditetapkan dalam Misi ke-2 adalah peningkatan pertumbuhanekonomikontribusi sektor UMKM dan koperasi, pariwisata, industri perdagangan, jasa, dan pertanian pada PDRB melalui peningkatan daya saing.

Program pembangunan dan anggaran yang direncanakan oleh SKPD terkait disajikan dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.**  
**Program UKM, Anggaran dan Realisasinya, Tahun 2013**

No.	Program	Anggaran	Realisasi	%
1	Penciptaan iklim usaha Usaha Kecil Menengah yang kondusif	Rp 110.075.000	Rp 109.019.900	99,04
2	Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif	Rp 762.235.000	Rp 618.305.050	81,12
3	Pengembangan Sistem Pendukung Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah	Rp 970.744.000	Rp 918.229.695	94,59
4	Peningkatan Kualitas Kelembagaan Koperasi	Rp 625.015.000	Rp 518.550.550	82,97
5	Peningkatan Kualitas/Mutu Pengelolaan Jasa Keuangan	Rp 603.576.000	Rp 584.297.890	96,81
6	Pengembangan data/informasi	Rp 1.781.975.000	Rp 1.627.947.500	91,36

Sumber : Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan & ESDM

Dari tabel diatas, terdapat 3 program yang terkait langsung dengan pengembangan UKM, yaitu : program Penciptaan iklim usaha Usaha Kecil Menengah yang kondusif, program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif dan program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah. Realisasi anggaran pada tahun 2013, cukup tinggi antara 81-99 %. Penyerapan anggaran menggambarkan terlaksananya sebagian besar program yang direncanakan oleh SKPD, yaitu Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan dan ESDM.

### **Kendala Yang Dihadapi UKM dan Alternatif Solusinya**

Kadin (Kamar Dagang dan Industri) Jatim, yang menjadi wadah organisasi para pengusaha di Jawa Timur telah banyak melakukan program peningkatan daya saing UKM sepanjang tahun 2013. Program tersebut juga banyak yang dilaksanakan di wilayah Kabupaten Sidoarjo. Terutama untuk UKM yang produknya dipasarkan ke luar provinsi Jawa Timur dan di ekspor. Berkait dengan program peningkatan daya saing tersebut, Kadin Jatim mencatat ada 4 kendala utama yang dihadapi dan harus diantisipasi oleh UKM, yaitu :

- ***Pertama, kendala pembiayaan.*** Syarat-syarat ketat seperti keberadaan agunan dan lama bisnis kerap menjadi ganjalan. Banyak pengusaha UKM yang sebenarnya bisnisnya sangat layak untuk dijalankan (feasible), namun dinilai tidak layak mendapatkan pinjaman bank (bankable). Memang ada skim Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang cukup mudah, tapi skema kredit ini masih mematok bunga yang relatif tinggi bagi pengusaha UKM, terutama yang baru merintis usaha. Data Deputy Bidang Pembiayaan Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan, secara nasional, jumlah UKM yang rentan dalam aspek pembiayaan mencapai 50,7 juta unit usaha. Sebanyak 35,5 juta diantaranya atau sekitar 70 persen merupakan usaha yang belum layak usaha dan belum bankable, sehingga memiliki risiko tinggi dalam pengembalian modal. Sisanya, sebanyak 15,2 juta unit usaha atau 30 persen telah layak usaha (feasible) namun belum bankable.
- ***Kendala kedua, permasalahan teknologi dan inovasi produk.*** Permasalahan ini menjadi problem klasik para pengusaha. Dampaknya, para pengusaha UKM ini kerap kebingungan ketika berhadapan dengan ekspansi produk dari pabrik-pabrik yang lebih besar dan mapan. Jika tidak ada peningkatan kemajuan teknologi dan penumbuhan budaya inovasi, UKM akan sulit berkembang besar dan bersaing dengan produk-produk buatan pabrik besar yang sangat peka teknologi dan inovasi, sehingga lebih efisien dan lebih bisa mengikuti perubahan selera konsumen di pasar. Dalam hal ini, Kadin Jatim telah membentuk *Kadin Institute* yang fokus untuk meningkatkan daya saing UKM melalui pendekatan teknologi. Diharapkan pihak lain, terutama swasta dan BUMN, ikut menjadi mitra bagi UKM dari sisi peningkatan teknologinya. Swasta dan BUMN harus sama-sama ikut membentuk komunitas bisnis yang tangguh. Membesarkan UMKM tidak akan merugikan swasta dan BUMN yang ada, justru akan sama-sama saling memperkuat.
- ***Kendala ketiga, riset pasar.*** Selama ini, UMKM nyaris tak didukung dengan riset pasar yang memadai terkait model promosi, peluang pasar, pesaing, barang substitusi dan komplementer atas produk-produk pengusaha muda, selera konsumen, tren pasar, dan faktor-faktor eksternal lainnya. Kondisi ini membuat ekspansi bisnis UMKM sangat terbatas. Tanpa dukungan riset pasar, sulit bagi pengusaha pemula untuk bisa mengetahui apa yang dibutuhkan pasar. Bersama-sama pemerintah dan dunia usaha, ke depan pelibatan perguruan tinggi harus diintensifkan untuk melakukan riset pasar. dibutuhkan semacam *market intelligence*. Fungsi kantor perwakilan dagang Jatim di beberapa provinsi harus dioptimalkan. Selama 2013, hasil penjajakan pasar pengusaha Jatim yang mayoritas UMKM ke sejumlah provinsi dengan difasilitasi Kadin Jatim dan

Pemprov Jatim membuah hasil yang bagus. *Business to Business Meeting* dengan pengusaha Sumsel, Sumut, Kalteng, Sulteng, Bali, Sulsel, dan Sulut sepanjang 2013 menghasilkan transaksi Rp214 miliar. Akselerasi pasar dengan cara ini harus ditingkatkan, berpadu dengan riset pasar yang dilakukan sebelumnya.

- **Kendala keempat, inefisiensi.** UMKM belum mempunyai tingkat efisiensi yang optimal karena tidak mampu menciptakan skala ekonomi. Tingkat Produktivitas Total (TPT) usaha besar yang padat kapital mencapai 170 kali TPT usaha kecil. Sedangkan usaha berskala menengah mempunyai 3 kali TPT usaha kecil. Ini menunjukkan betapa UMKM hanya besar dari sisi penyerapan tenaga kerja dan jumlah unit usaha, namun dalam hal skala dan nilai bisnis mereka kalah jauh dengan perusahaan besar yang padat modal. TPT sendiri adalah cara ukur kinerja usaha dengan menghitung nilai tambah per kesempatan kerja yang diciptakan. Hal ini sejalan dengan fakta bahwa UKM dijalankan dengan tenaga kerja keluarga sendiri dan sedikit menyerap karyawan dalam produksinya.

#### **Prospek UKM dan Globalisasi di Tahun 2014**

UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia UKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UKM ini juga sangat membantu negara/pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UKM juga banyak tercipta unit unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu UKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. UKM ini perlu perhatian yang khusus dan di dukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Dalam menghadapi persaingan di Zaman Era Globalisasi yang sedang bergulir tahun 2014, UKM Republik Indonesia dituntut untuk melakukan restrukturisasi dan reorganisasi dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang makin spesifik, berubah dengan cepat, produk berkualitas tinggi, dan harga yang murah . Salah satu upaya yang dapat dilakukan UKM adalah melalui hubungan kerjasama dengan Usaha Besar. Kesadaran akan kerjasama ini telah melahirkan konsep supply chain management (SCM) pada tahun 1990-an. Supply chain pada dasarnya merupakan jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Pentingnya persahabatan, kesetiaan, dan rasa saling percaya antara industri yang satu dengan lainnya untuk menciptakan ruang pasar tanpa pesaing, yang kemudian memunculkan konsep blue ocean strategy.

#### **Kemitraan Pemasaran UKM**

Dengan semakin terbukanya pasar ekonomi maka pengembangan jaringan usaha, pemasaran dan kemitraan usaha menjadi salah satu strategi yang perlu terus diperluas. Produk UKM dipasarkan dengan berbagai macam pola jaringan, dalam bentuk jaringan sub kontrak maupun pengembangan kluster. Dengan metode jaringan

usaha melalui sub kontrak dapat dijadikan sebagai alternatif bagi eksistensi UKM di Indonesia. Sedangkan pola pengembangan jaringan melalui pendekatan kluster, diharapkan menghasilkan produk oleh produsen yang berada di dalam kluster bisnis sehingga mempunyai peluang untuk menjadi produk yang mempunyai keunggulan kompetitif dan dapat bersaing di pasar global (*locally connected dan globally competitive*).

Selain jaringan usaha, jaringan pemasaran juga perlu terus diperluas melalui berbagai macam strategi misalnya kontak dengan berbagai pusat-pusat informasi bisnis, asosiasi-asosiasi dagang baik di dalam maupun di luar negeri, pendirian dan pembentukan pusat-pusat data bisnis UKM serta pengembangan situs-situs UKM di seluruh kantor perwakilan pemerintah di luar negeri.

Peningkatan akses teknologi dan penguasaan teknologi merupakan salah satu faktor penting bagi pengembangan Usaha Kecil Menengah. Di negara-negara maju keberhasilan usaha kecil menengah ditentukan oleh kemampuan akan penguasaan teknologi. Strategi yang perlu dilakukan dalam peningkatan akses teknologi bagi pengembangan usaha kecil menengah adalah memotivasi berbagai lembaga penelitian teknologi yang lebih berorientasi untuk peningkatan teknologi sesuai kebutuhan UKM. Pengembangan pusat inovasi desain sesuai dengan kebutuhan pasar, pengembangan pusat penyuluhan dan difusi teknologi yang lebih tersebar ke lokasi-lokasi UKM.

Munculnya beragam produk lokal dari berbagai pelosok daerah, tentunya menjadi salah satu bukti nyata bagi kita semua bahwa sekarang ini pertumbuhan UKM di negara Indonesia semakin menunjukkan arah kemajuan yang cukup positif. Beragam jenis produk rumahan maupun hasil produksi industri kecil pun kini mulai memperlihatkan keunggulannya masing-masing, sehingga tidak menutup kemungkinan bila produk-produk lokal buatan UKM Indonesia siap meramaikan persaingan pasar lokal, nasional, bahkan hingga menjangkau pasar internasional.

Untuk bisa mengangkat produk lokal ke jangkauan pasar yang lebih luas, pastinya para pelaku bisnis di penjuru daerah dituntut untuk bisa lebih aktif dalam membangun jaringan bisnis, serta meningkatkan kemampuan dan kreativitasnya dalam mengembangkan sebuah usaha, sehingga produk yang mereka produksi benar-benar berkualitas bagus dan bisa berhasil memenangkan persaingan pasar yang ada. Berikut adalah beberapa strategi pemasaran mengangkat produk lokal yang bisa dijalankan untuk memperluas jangkauan pasar produk UKM :

### **1. Melengkapi produk dengan kemasan yang menarik**

Untuk meningkatkan nilai jual produk lokal, Anda bisa melengkapinya dengan kemasan produk yang terlihat cantik dan menarik. Hal ini penting, sebab pertama kali yang dilihat para konsumen adalah kemasannya yang unik dan menarik sehingga mereka mulai penasaran dengan produk tersebut dan akhirnya memutuskan membeli dagangan yang Anda tawarkan. Selain itu, dengan mengemas produk Anda secara eksklusif, maka nilai tambah yang ditawarkan semakin tinggi dan tidak menutup kemungkinan bila harga jual produk Anda bisa lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenis yang dikemas secara biasa. Dalam hal ini, Anda bisa memanfaatkan kemasan plastik bersablon, kemasan kotak yang unik, atau kemasan kaleng yang cukup menarik.



## **2. Mengembangkan jaringan pemasaran produk ke pasar moderen**

Langkah kedua yang bisa Anda jalankan yaitu mengembangkan jaringan pemasaran agar produk lokal bisa masuk ke beberapa pasar modern, seperti misalnya supermarket, minimarket, mall, serta pusat perbelanjaan lainnya. Contohnya saja seperti mengembangkan pasar dengan mengambil peluang kerjasama yang ditawarkan pusat perbelanjaan Carrefour kepada para pemasok lokal di sekitar gerai-gerai Carrefour. Biasanya manajemen pasar modern akan menawarkan sistem kerjasama jual putus, konsinyasi (titip jual), ataupun dalam bentuk private label.

## **3. Mempromosikan produk melalui event pameran**

Selain mempercantik penampilan produk dan memasarkannya ke pasar-pasar modern, Anda bisa mengenalkan produk lokal kepada masyarakat luas melalui event-event pameran yang diselenggarakan pihak pemerintah maupun swasta. Melalui kegiatan promosi tersebut, Anda bisa mendapatkan calon konsumen yang potensial dan memperluas peluang kerjasama untuk meningkatkan omset penjualan produk lokal. Beberapa event pameran yang bisa Anda ikuti misalnya saja seperti pameran expo daerah, pameran produk kerajinan, pameran kuliner lokal, serta beberapa pameran UKM lainnya yang belakangan ini sering diadakan di kota-kota besar.

## **4. Membuka gerai pemasaran produk UKM**

Guna mengoptimalkan pemasaran produk lokal dan menampung semua potensi bisnis yang dihasilkan, Kementerian Koperasi dan UKM mulai mencanangkan pendirian UKM Mart di seluruh penjuru nusantara. Strategi ini juga bisa dimanfaatkan untuk mengangkat produk lokal yang dihasilkan. UKM Mart ini hampir sama seperti warung, hanya saja komoditas andalannya dari penduduk lokal.

## **Urgensi Laporan Keuangan Sederhana bagi UKM**

Usaha kecil menengah (UKM), pada umumnya masih banyak hanya melakukan pencatatan atas transaksi yang dilakukan. Biasanya yang dicatat, hanya menyangkut jumlah barang yang masuk (dibeli) dan yang keluar (dijual). Dengan kondisi ini, sulit diketahui dengan pasti besarnya penghasilan neto. Sehingga butuh waktu yang tidak sebentar, belum lagi keakuratannya. Beberapa alasan UKM yang sering masih enggan melaksanakan pembukuan antara lain :

- Penyediaan sarana dan prasarana pembukuan.
- Harus menyiapkan tenaga khusus pelaksananya, karena biasanya pengusaha UKM tidak memahami pengetahuan akuntansi.
- Penggunaan uang yang tidak terstruktur antara untuk kegiatan usaha dengan keperluan pribadi. Banyak transaksi keuangan usaha yang tidak dapat dipisahkan dengan kepentingan dan kebutuhan rumah tangga. Seperti tempat produksi produk makan dan minuman yang menjadi satu dengan dapur rumah tangga. Sehingga sisa bahan baku dapat terpakai oleh kepentingan pribadi.
- Tidak mau terlalu repot-repot dengan disiplin pembukuan. Catatan keuangan memerlukan keteraturan dan disiplin dari pengusaha. Terutama untuk UKM yang melakukan transaksi harian. Biasanya pengusaha UKM tidak memiliki banyak waktu dan tidak terbiasa mencatat semua pengeluaran dan pemasukan yang terjadi.

- Adanya tambahan dana yang harus dikeluarkan. Pembukuan yang baik memerlukan waktu dan peralatan tambahan, seperti buku, alat tulis dan komputer. Pengusaha UKM yang berskala kecil seringkali tidak memiliki dana untuk membiayai hal itu.

Umumnya kegiatan UKM hanya menekankan pada bidang produksi dan bidang pemasaran, sedangkan bidang kegiatan penyusunan laporan keuangan biasanya mereka abaikan, selama UKM masih mampu memproduksi dan menjual maka UKM tersebut masih dapat berjalan. Adapun kegiatan penyusunan laporan keuangan, masih dianggap barang mewah dan dinilai belum sebanding dengan kegunaannya. Akibatnya pelaku UKM tidak mengetahui secara persis berapa pendapatan (kas) yang seharusnya diterima, berapa biaya operasi yang seharusnya dikeluarkan dan berapa yang seharusnya masih tersisa. Yang mereka tahu biasanya hanyalah sejumlah kas yang sekarang mereka terima, jumlah kas yang sekarang mereka keluarkan dan jumlah yang masih ada ditangan (bank). Kalaupun ada perencanaan kegiatan, biasanya tidak tersusun secara tertib sehingga mengalami kesulitan bagaimana cara mengalokasikan dana (kas) yang sekarang ada.

Permasalahan tersebut akan semakin kompleks seiring dengan semakin besarnya kegiatan usaha UKM. Dengan semakin luasnya ukuran usaha, pelaku UKM menjadi tidak mampu lagi memantau secara langsung kegiatan usaha yang sedang berjalan. Mereka tidak dapat lagi memantau secara langsung jumlah dan aktivitas karyawan produksi, jumlah dan aktivitas bagian penjualan, jumlah dan kondisi aktiva tetap dan lain-lain. Ada banyak manfaat yang akan diperoleh, apabila UKM menyusun informasi (laporan) keuangan, antara lain :

1. **Mengetahui informasi tentang posisi keuangan, kinerja keuangan, perubahan modal pemilik pada masa lalu.** Berdasarkan informasi neraca, pelaku UKM akan mengetahui berapa uang tunai yang masih ada; berapa piutang yang belum tertagih; berapa nilai persediaan yang masih ada; berapa nilai peralatan, bangunan, kendaraan yang dimiliki; berapa jumlah utang yang harus dibayar dan bagaimana posisi modal pemilik yang ada sekarang. Dari laporan laba rugi, pelaku UKM akan mengetahui berapa pendapatan yang dihasilkan, apakah pendapatan tersebut berasal dari penjualan barang/jasa atau pendapatan sampingan. Pelaku UKM dapat mengetahui berapa gaji yang sudah dibayarkan, berapa barang dagangan yang sudah pernah dibeli, dan berapa biaya lainnya yang sudah dikeluarkan (tentukan). Akhirnya dari laporan laba rugi dapat diketahui berapa keuntungan yang dihasilkan atau kerugian yang terjadi.
2. **Menjadi salah satu bahan dalam pengambilan keputusan.** Data dalam laporan keuangan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan di masa yang akan datang. Nilai piutang yang terlalu besar pada neraca menjadi salah satu bahan keputusan tentang perlu tidaknya bagian penagihan diaktifkan kembali. Jumlah laba bersih dalam laporan laba rugi menjadi salah satu bahan keputusan tentang pembagian deviden dan keputusan perlu tidaknya UKM melakukan ekspansi usaha.
3. **Mengetahui nilai perubahan kas dan distribusinya.** Berdasarkan laporan arus kas, pelaku UKM akan mengetahui berapa nilai kenaikan (penurunan) kas

dalam 1 periode. Di samping itu, dapat diketahui juga darimana sumber kas tersebut, ke mana saja pengalokasiannya dan berapa jumlah penerimaan dan pengeluaran kas, baik yang berasal dari kegiatan operasi, investasi maupun pendanaan.

4. **Memenuhi salah satu syarat dalam pengajuan kredit.**Laporan keuangan yang diaudit kadang-kadang menjadi salah satu syarat pada saat UKM mengajukan kredit kepada lembaga keuangan. Laporan keuangan ini menjadi keuangan bagi UKM yang asetnya kurang dari yang disyaratkan. Syarat lain yang diminta lembaga keuangan adalah laporan keuangan bulanan dan proyeksi arus kas.
5. **Manfaat lain-lain dalam mendukung kelancaran usaha.**Manfaat lain laporan keuangan antara lain sebagai salah satu bahan pelaporan untuk pajak, penyusunan anggaran kas, penetapan harga jual, penyusunan analisis impas, dan lain-lain.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **Kesimpulan**

1. Bantuan hibah dari pemerintah daerah Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2012 telah berhasil meningkatkan kondisi usaha UKM. Efektifitas pembiayaan tersebut ditandai dengan dampaknya pada perkembangan kinerja keuangan yang semakin baik dalam periode yang diamati sampai tahun 2013.
2. Evaluasi setiap tahun perlu dilakukan agar UKM mendapatkan motivasi dan dukungan dari pemerintah daerah secara berkelanjutan dalam upaya memajukan usahanya di tahun-tahun yang akan datang. Tanpa pemantauan (monitoring) dan evaluasi maka program bantuan ini akan kurang manfaatnya. Terutama karena sifatnya yang berupa hibah dan tanpa syarat apapun. UKM merasa tidak berkewajiban memberikan laporan dan bertanggungjawab atas efektifitas bantuan tersebut.
3. Bantuan yang diberikan kepada UKM sebaiknya dilengkapi dengan paket pembuatan laporan keuangan sederhana. Tanpa kemampuan membuat laporan keuangan, maka UKM akan sulit menilai kemajuan dan kekurangan dirinya dalam menjalankan usahanya.
4. UKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi karena UKM lebih banyak dikelola dan menjadi milik keluarga atau komunitas-komunitas kecil, yang memiliki tingkat fleksibilitas dan elastisitas tinggi dalam menghadapi perubahan lingkungan eksternal seperti perubahan perekonomian, harga pasar dan lain-lain.

### **Rekomendasi**

1. UKM perlu terus didukung dan diperkuat dengan pemberian bantuan sesuai kebutuhannya. Terutama dalam penerapan teknologi tepat guna yang mampu meningkatkan kualitas produksi, jumlah penjualan dan perluasan jangkauan pasar produknya.
2. Pemberian bantuan tersebut harus dilengkapi dengan pelatihan dan penerapan syarat laporan keuangan menurut standar akuntansi. Sehingga memudahkan

- pemerintah daerah dalam memantau dan memberikan bimbingan teknis dalam peningkatan usahanya.
3. Membuat model UKM modern sebagai proyek percontohan bagi UKM yang lain agar termotivasi dalam memajukan usahanya. Terutama dalam menyikapi dan memanfaatkan peluang pemasaran global dan pemasaran online. Dibutuhkan pembentukan jaringan atau kemitraan antara lembaga pemasar luar negeri dengan UKM yang ada di kabupaten Sidoarjo.
  4. Membuatkan dan memfasilitasi terbentuknya Lembaga Keuangan Mikro UKM yang memperkuat kemampuan keuangan usaha dalam lingkup UKM sejenis. Hal ini merupakan wujud fasilitasi dan keberpihakan lembaga keuangan bagi prospek pengembangan UKM.

## DAFTAR PUSTAKA

Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta :RinekaCipta.

-----, 2013, Laporan Keterangan Pertanggungjawaban Bupati Sidoarjo Tahun 2013, Sidoarjo.

-----, 2013, RPJMD Kabupaten Sidoarjo 2011-2015, Sidoarjo.

-----, Undang-Undang No 20 Tahun 2008, Undang-Undang UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah 2008

Ana Dwi Kurniawati dalam Mulyanto, (2003) situs hakimsimanjuntak.blogspot.com

Bank Indonesia, "Buku Kajian Akademik Pemeringkat Kredit Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia", (Jakarta: Bank Indonesia, 2011).  
www.bi.go.id. Diakses tanggal 08 Februari 2013.

Bappeda Kabupaten Sidoarjo, 2013, Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (LPPD) Tahun 2013, Sidoarjo.

Darsono, Drs, MBA, Akt & Ashari, SE, Akt, (2005) "Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan", Yogyakarta, Andi,

Eddy Cahyono Sugiarto, (2013). Prospek Ekonomi Indonesia 2014, Asisten Staf Khusus Presiden Bidang Ekonomi dan Pembangunan.

Eugene F. Brigham Joel F Houston, (2001) *Manajemen Keuangan*, (Terjemahan), Dodo Suharto, SE, MBA, Dkk, Jakarta, Erlangga,

*Evaluasi Efektivitas Biaya Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2014*  
(Erna Haryanti Koestedjo)

Harahap, S.S. 1998. *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ikatan Akuntan Indonesia, 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Irawan, Andi, 2007, *Kewirausahaan UKM*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Jamin Yasa, I Made, (2010), *Melalui Kemitraan Usaha Kecil Menengah dan Koperasi Dapat Berkembang dengan Baik*, Jurnal Ilmiah SARATHI, Vol 31, Kajian Teori dan Masalah Sosial Politik, Fisip Universitas Warmadewa.

Jamin Yasa, I Made, (2011), *Kemitraan Ekonomi Kerakyatan*, Materi Pelatihan PNPM-MP Kota Denpasar.

Jamin Yasa, I Made, (2012), *Strategi Mengelola Ekonomi Rumah Tangga*, Majalah Singhadwala, Edisi ke 46/Tahun XXVIII, Universitas Warmadewa.

Jamin Yasa, I Made, (2013), *Merancang Strategi Pemasaran Bagi Para Pedagang*, Buletin Visi Economica Edisi 34, Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa.

Moh. Fatkhul Mujib; *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Secara Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Usaha Kecil & Menengah (UKM), Studi Pada Pelaku UKM Di Kabupaten Kebumen*; Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010

Rahadjo, B. 2005. *Laporan Keuangan Perusahaan: Membaca, Memahami, dan Menganalisis*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Rifqi Meidyo, Yosi Yulia,, Arie Yusnelly; *Analisis Tingkat Pemahaman Pengusaha Sektor Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Padang Terhadap Informasi Akuntansi Pada Laporan Keuangan*; Akuntansi, UPI "YPTK", Padang 2011

Rizki Tri Anugrah Bhakti, Mochammad Bakri, Siti Hamidah; *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Melalui Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil Oleh Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Lembaga Keuangan Syariah di Kota Malang)* ; Magister Ilmu Hukum (S2) Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang

Rodhiyah ; *Kajian Tentang Akuntabilitas Usaha Kecil Menengah Melalui Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada UKM Konveksi di Semarang)* Fisip UNDIP Jurusan Administrasi Bisnis

*Evaluasi Efektivitas Biaya Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2014*  
(Erna Haryanti Koestedjo)

Sartono, A. 2001. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*, Edisi Keempat. Yogyakarta: BPF.

Sri Winarni; *Menerapkan Penggunaan Laporan Keuangan Pada Usaha Kecil Dan Menengah*; Program Studi Akuntansi Politeknik Darussalam Palembang, 2009

Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesebelas. Bandung. ALFABETA