

‘LAPORAN PENELITIAN

Analisis Peluang dan Tantangan Pada Paguyuban Cahaya Terang Sebagai UKM Pengrajin Kulit di Sukaregang Garut



Oleh:

**Ria Satyarini, SE., MSi
Muliadi Palesangi, SE., MBA**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
Bandung, Juli 2012**

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
DAFTAR ISI	
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Perumusan Masalah	3
BAB II STUDI PUSTAKA	5
2.1 Definis Usaha Mikro	5
2.2 Analisis Matrik SWOT	5
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	7
3.2 Metode yang digunakan	7
3.3 Teknik Pengumpulan Data	7
BAB IV PEMBAHASAN	8
4.1 Gambaran Umum Usaha Kerajinan Kulit di Garut	8
4.2 Karakteristik Responden	8
4.3 Analisis Matrik SWOT	10
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	19
5.2 Saran	20
DAFTAR PUSTAKA	

ABSTRAK

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat signifikan dalam pembangunan ekonomi nasional, hal ini terlihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Pemerintah pun terus memberikan perhatian terhadap pengembangan sektor UMKM, namun kenyataannya di lapangan mayoritas UMKM masih berada pada kondisi yang tidak ideal. Hal ini disebabkan karena UMKM masih memiliki kelemahan terutama dari sisi pengelolaan atau manajerial.

Penelitian ini dilaksanakan pada Paguyuban Cahaya Terang (PCT), sebuah Paguyuban pengrajin kulit dari Sukaregang, Garut. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi karakteristik khas PCT; (2) Mengidentifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, serta Ancaman yang secara nyata dihadapi oleh para pengrajin PCT; (3) Merumuskan strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan kapasitas bisnis PCT.

Metode penelitian yang dilakukan berupa penggalian informasi melalui observasi, *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara.

Kata Kunci: UMKM, Analisis SWOT, dan Strategi Pengembangan Usaha

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat signifikan dalam pembangunan ekonomi nasional, hal ini terlihat dari kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2008 menunjukkan sektor UMKM dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 91 juta orang (97.3%) dengan kontribusi PDB Rp.2.121,31 triliun (53.6%). Kontribusi yang signifikan ini juga terjadi pada UMKM Jawa Barat, dimana Peningkatan peranan UMKM terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dapat dibandingkan dengan peranan usaha besar juga terhadap PDRB yang walaupun perbedaannya tipis tetapi perbedaan tersebut setiap tahun semakin besar serta menunjukkan perkembangan dari UMKM (Tabel 1).

Tabel 1

Perbandingan Kontribusi UMKM dan Usaha Besar terhadap PDRB Jawa Barat

Tahun	Kontribusi Terhadap PDRB Jawa Barat	
	UMKM	Usaha Besar
2008	52,25 %	47,75 %
2009	52,93 %	47,07 %
2010	53,75 %	46,25 %

UMKM di Jawa Barat juga saat ini mendapatkan perhatian yang cukup banyak dari PEMDA diantaranya karena:

- Tahun 2012 PEMDA Jabar akan memiliki lembaga penjaminan kredit daerah untuk kredit mikro dan kecil.
- Terbitnya Perda tentang pemberdayaan UMKM yaitu Perda No. 10 tahun 2010.
- Terbitnya aturan mengenai pengelolaan dana bergulir bagi usaha mikro dan kecil yaitu Perda No. 8 yang didukung oleh Pergub No. 57 Tahun 2011.

- Peluncuran Kredit Cinta Rakyat yang merupakan kerjasama antara Pemda Jabar dengan Bank Jabar Banten

Perhatian dari Pemerintah belumlah mencukupi, hal tersebut disebabkan masih sedikit UMKM yang belum tersentuh oleh pemerintah. Selain dari pemerintah terdapat juga bantuan dari BUMN ataupun dari perusahaan swasta terhadap UMKM ini, tetapi sayangnya sebagian besar bidang yang dibina adalah pada bidang keuangan atau pendanaan. Padahal masalah UMKM tidak hanya pada bidang keuangan saja, tetapi juga pada bidang pengelolaan atau manajerial yang akan menentukan keberlangsungan usaha mereka. Bidang manajerial tersebut juga sangat berhubungan dengan fungsi operasi perusahaan pada bidang pemasaran, produksi dan pengelolaan sumberdaya manusia.

Menindaklanjuti penelitian yang dilakukan oleh Budiana dan Veraintanie (Struktur modal usaha kecil sentra kulit di Sukaregang, Garut), dimana diketahui beberapa fakta yang menarik, yaitu sebagai berikut:

- Profil individu pengrajin dan usaha yang dijalankan memiliki karakteristik kompetensi dan keunikan lokal yang sangat memungkinkan untuk dikembangkan. Sementara potensi permintaan akan produk masih sangat terbuka, baik untuk pasar lokal maupun pasar internasional.
- Kesulitan untuk mendapatkan kredit penjual serta kredit pembeli, disebabkan lemahnya jaringan relasi dan kepercayaan.
- Hambatan menggunakan pinjaman/hutang bank umum dan BPR karena pengusaha tidak memiliki laporan keuangan (syarat administrasi antara lain, NPWP, surat ijin usaha) serta tidak memiliki agunan.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan pada Paguyuban Cahaya Terang (PCT) yang merupakan kumpulan dari pengrajin kulit khusus memproduksi sarung tangan kulit. Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat faktor-faktor lain selain keuangan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha pada paguyuban berskala usaha Mikro ini. Dengan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan dari Usaha Mikro pada PCT tersebut diharapkan dapat diketahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Dengan mengetahui karakteristik khas dari paguyuban ini diharapkan Jurusan Manajemen FE UNPAR dapat memberikan program pendampingan yang tepat guna.

Adapun masalah yang dicoba untuk dijawab pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana karakteristik dari anggota PCT?
2. Bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang, serta Ancaman dari PCT?
3. Strategi pengembangan usaha seperti apa yang dapat diterapkan untuk PCT?

BAB II STUDI PUSTAKA

2.1 Definisi Usaha Mikro

Yang dimaksud dengan usaha mikro menurut Keputusan Menteri Keuangan nomor 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 adalah:

1. Usaha produktif milik keluarga atau perorangan
2. Penjualan maksimal Rp 100 juta pertahun
3. Kredit yang diajukan maksimal Rp 50 juta

Atau menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dimana yang termasuk dalam usaha mikro adalah ”usaha dengan jumlah pekerja kurang dari lima orang termasuk dengan tenaga keluarga yang tidak dibayar”.

2.2 Analisis Matrik SWOT

Alat yang dipakai untuk mengenali karakteristik usaha mikro adalah matrik SWOT. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) merupakan alat analisis yang dapat digunakan untuk menyusun pengembangan usaha berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut Rangkuti (2001) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan dengan cara memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun pada saat bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

- **Kekuatan (*Stregths*)** yaitu kekuatan atau keunggulan yang dimiliki untuk menghadapi tantangan yang ada, sehingga pada akhirnya usaha dapat bertahan dan berkembang.
- **Kelemahan (*Weakness*)** yang kelemahan yang dimiliki. Diharapkan dapat diminimalkan dengan nilai lebih yang dimiliki perusahaan.
- **Peluang (*Opportunities*)** yang ada sehingga dapat mengambil kesempatan yang terdapat di pasar serta dapat mengatasi kelemahan yang ada.
- **Ancaman (*Threat*)** yaitu kecenderungan yang tidak menguntungkan dan mengancam kedudukan perusahaan dalam persaingan.

Selanjutnya Rangkuti (2001) menyatakan bahwa proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahapan yakni: tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan. Model yang digunakan dalam tahap pengumpulan data terdiri dari tiga yaitu matrik faktor strategi eksternal, matrik faktor strategi internal dan matrik profil kompetitif. Matrik faktor strategi eksternal dapat diketahui dengan menyusun EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) dan matrik faktor strategi internal dapat diketahui dengan menyusun IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*).

Tahap analisis dapat dimulai setelah faktor-faktor strategis diketahui melalui EFAS dan IFAS maka disusunlah matrik SWOT, seperti berikut ini:

IFAS EFAS	STRENGTHS	WEAKNESSES
OPPORTUNITIES	STRATEGI-SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI-WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS	STRATEGI-ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI-WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti 2001

Gambar.1 Diagram Matrik SWOT

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah para pengrajin Paguyuban Cahaya Terang (PCT) sarung tangan kulit di Sukaregang, Garut, Jawa Barat. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Februari – Juli 2012.

3.2 Metode yang digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan melakukan survei/observasi, *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara mendalam (*in-depth interview*).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan-informan dari:
 - Anggota PCT untuk memperoleh gambaran tentang kondisi usaha dan tantangan yang dihadapi pengrajin tersebut.
 - Pengumpul, untuk memperoleh gambaran tentang besarnya permintaan pasar dan isu-isu strategis di bidang pemasaran dan penjualan.
 - Konsultan desain produk, untuk mengetahui kemungkinan-kemungkinan pengembangan desain produk berbahan dasar kulit.
2. *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilakukan untuk mendukung penyusunan analisis SWOT.
3. Observasi, yang dilakukan terhadap semua aspek manajemen usaha, keuangan, produksi, dan SDM.
4. Data sekunder (terpublikasi maupun tidak terpublikasi) tentang: situasi persaingan di industri kerajinan kulit, peraturan di bidang UMKM, dan data lain yang relevan.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Usaha Kerajinan Kulit di Garut

Usaha Mikro Paguyuban Cahaya Terang (PCT) adalah kumpulan para pengrajin sarung tangan kulit yang saat ini beroperasi di wilayah Sukaregang Garut. Tim peneliti merupakan bagian dari tim pengabdian Manajemen FE UNPAR mulai melakukan pembinaan usaha mikro ini pada bulan November 2011, dimana pada saat itu tim pengabdian Manajemen FE UNPAR berusaha untuk mencari usaha mikro yang dapat dibina secara jangka panjang. Harapan kami dapat membuat usaha mikro tersebut dapat berkembang dan bersaing dengan usaha-usaha mikro sejenis di wilayah Sukaregang.

Wilayah Sukaregang di Garut merupakan sentra penghasil kulit yang sudah terbentuk cukup lama. Garut mempunyai banyak potensi yang layak untuk dikembangkan, seperti potensi usaha kulit, makanan, batik, serta minyak asiri. Selama ini perhatian dari pemerintah daerah belum sampai masuk ke para pengrajin ataupun usaha mikro yang ada. Dari hasil wawancara dengan para anggota Paguyuban didapat informasi bahwa bantuan dari pemerintah atau swasta sampai saat ini hanya sampai pada para pelaku usaha yang sudah cukup besar. Pelaku usaha besar ini biasanya sudah memiliki toko ataupun *showroom* yang berlokasi di jalan disekitar Sukaregang, Garut.

4.2 Karakteristik Responden

Profil dari anggota paguyuban Cahaya Terang yang dijadikan sebagai bahan penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2.

Profil anggota Paguyuban

Karakteristik	Jenis	Jumlah (orang)
Status tempat tinggal	Milik sendiri	3
	Orang tua	6
	Kontrak	2
Pendidikan terakhir	SMP	5
	SMA	4
	D3	2

Lama menjadi pengrajin	5 tahun	2
	6-10 tahun	5
	11-15	2
	> 15	2
Kapasitas produksi	5-10 lusin	5
	11-15 lusin	3
	15-20 lusin	2
	50 lusin	1

Sumber: data olahan peneliti

Pekerjaan utama dari anggota paguyuban saat ini adalah sebagai pengrajin sarung tangan kulit, dimana sarung tangan kulit ini dibuat dari sisa-sisa kulit perca. Para pengrajin mendapatkan sisa kulit perca dari para pengumpul yang mengumpulkan kulit perca dari industri-industri besar ataupun dari toko-toko atau pengrajin jaket kulit serta tas kulit disekitar daerah Sukaregang Garut. Dari data awal yang didapat dari anggota Paguyuban Cahaya Terang (PCT) didapat data bahwa sebagian besar anggota paguyuban belum memiliki rumah sendiri, pendidikan hanya sebatas SMP dan SMA, sudah menjadi pengrajin minimal 5 tahun serta kapasitas produksi sekitar 5-15 lusin yang artinya mereka hanyalah pengrajin sarung tangan kulit dengan kapasitas kecil.

Dari keseluruhan anggota paguyuban yang berhubungan dengan perusahaan besar hanya dua (2) orang. Yang satu memang profesi utamanya sebagai pengumpul, sedangkan yang satunya memang mempunyai jejaring dengan perusahaan besar dan kemampuan produksinya paling tinggi (50 lusin seminggu). Permintaan dari perusahaan besar ini akan dikerjakan oleh anggota paguyuban sesuai kemampuan kapasitas mereka masing-masing.

4.3 Analisis SWOT

Penelitian ini mencoba menggali Kekuatan, Kelemahan, Peluang, serta Ancaman dari PCT:

4.3.1 Faktor Kekuatan

1. SDM Melimpah

Usaha mikro merupakan usaha yang padat karya, sehingga mampu membuka banyak lapangan pekerjaan. Pengrajin yang merupakan anggota paguyuban pada umumnya berasal dari warga sekitar Sukaregang dan pada umumnya sudah punya keahlian kerajinan di bidang kulit. Selain itu anggota paguyuban juga mudah mendapatkan karyawan (bagi anggota paguyuban yang membutuhkan karyawan).

2. Harga Bersaing

Ketika produk tidak terlalu memperhatikan *branding*, maka harga menjadi faktor sensitif bagi konsumen. Harga menjadi salah satu faktor penentu daya saing. Harga sarung tangan kulit yang dijual para pengrajin PCT hingga saat ini masih terjangkau oleh konsumen dan memiliki daya saing yang tinggi di pasar.

3. Lokasi Dekat Pemasok Bahan Baku

Garut terkenal dengan industri kerajinan kulitnya, baik yang skala kecil maupun yang skala besar. Kebutuhan pengrajin masih bisa didapatkan di Garut dan sekitarnya. Yang menjadi kendala adalah daya beli anggota paguyuban terhadap harga jual kulit perca yang mengikuti harga pasar.

4. Potensi Kreativitas

Para anggota PCT memiliki potensi kreativitas dalam hal keahlian kerajinan (*craftmanship*) yang tinggi, hal ini merupakan kekuatan yang bisa dikembangkan lebih lanjut mengingat produk yang dihasilkan mayoritas berupa kerajinan tangan yang menuntut keindahan dan kerapihan.

5. Pantang Menyerah

Pengrajin pada PCT pada umumnya gigih dan pantang menyerah, sebagian besar dari mereka mampu bertahan dari usahanya saat ini sesudah jatuh bangun. Mereka banyak belajar dari pengalaman mereka dimasa lalu, dan menjadikan pengalaman mereka sebagai bahan pembelajaran.

4.3.2 Faktor Kelemahan

1. Manajemen Usaha dengan Pola Pikir Pengrajin

Sistem manajemen yang dipakai sebatas pengetahuan yang mereka tahu, sehingga mereka belajar sesudah mengalami terlebih dahulu. Tak jarang kekurang pengetahuan ini membuat mereka mengalami kegagalan usaha. Sebagian besar anggota PCT masih berpikir semata-mata sebagai pengrajin yang cenderung berpikir jangka pendek. “*Yang penting bisa makan hari ini*” adalah prinsip yang umum. Pola pikir seperti ini bisa menghambat kemajuan karena pengrajin cenderung tidak memaksimalkan peluang yang ada menjadi sebuah usaha yang mandiri dan berkelanjutan.

2. Kurangnya Pengawasan Proses Produksi & Kualitas

Pengendalian terhadap kualitas hanya dilakukan pada saat pembuatan sampel saja. Selanjutnya proses pengerjaan diserahkan sepenuhnya kepada pekerja. Hal ini menyebabkan kualitas produk rendah.

3. Pencatatan Keuangan Masih Sederhana

Awalnya para pengrajin memulai usaha untuk menambah penghasilan atau sebagai penghasilan utama, sehingga terjadi pencampuran antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi (rumah tangga). Usaha mikro belum melakukan pencatatan keuangannya, sehingga sulit untuk menentukan berapa besar keuntungan yang mereka dapat.

4. Terbatasnya Akses Pasar

Akses pasar Paguyuban PCT sangat tergantung pada pengumpul/pemberi *order*. Selama ini para anggota paguyuban mendapatkan pesanan sarung tangan kulit dari industri besar (seperti industri kendaraan bermotor serta elektronik) serta pesanan dari perorangan.

Pesanan dari industri biasanya dalam jumlah yang cukup besar, dapat berkisar antara 100-200 lusin pesanan sarung tangan kulit per minggunya.

Industri besar tersebut akan memesan kepada pengumpul sarung tangan kulit dalam jumlah yang cukup besar, misalnya 1.000 lusin yang harus terpenuhi dalam jangka waktu 3 bulan. Maka pengumpul sarung tangan kulit ini akan memesan kepada para pengrajin sarung tangan kulit misalnya setiap pengrajin akan diberi target sebanyak 20-30 lusin setiap minggunya, dimana setiap minggunya akan dikumpulkan kepada pengumpul sarung tangan kulit untuk dikirim kepada pemesan (biasanya daerah industri Kerawang, Tangerang, Jakarta).

Pengumpul ini akan membayar kepada para pengrajin sarung tangan kulit apabila sarung tangan tersebut sudah selesai dibuat, sedangkan pihak industri akan membayar kepada pengumpul apabila pesanan sudah dikirimkan seluruhnya (misal pemesanan sebesar 1.000 lusin, maka industri baru akan membayar apabila pengiriman barang sudah mencapai 1.000 lusin. Itupun pembayarannya baru akan dibayarkan sebulan setelah pengiriman barang lengkap).

Dengan kondisi seperti di atas anggota PCT kurang proaktif mengembangkan pasar sendiri, cenderung bersifat pasif, tidak berani mencoba pola pemasaran “menjemput bola”.

5. Manajemen Persediaan Bahan Baku Belum Teratur

Masalah persediaan pada prinsipnya terdiri dari dua masalah: ketersediaan bahan baku dan jumlah minimal pembelian bahan baku. Ketersediaan bahan baku sulit diprediksi untuk waktu-waktu tertentu. Pada kondisi seperti ini maka para anggota paguyuban ini akan mencari ke wilayah lain, seperti Bandung, Tangerang, dan Yogyakarta.

Masalah kedua, adanya jumlah minimal pembelian bahan baku, yang seringkali menyulitkan PCT untuk membeli karena terbatasnya modal kerja. Usaha mikro juga mempunyai kemampuan terbatas terhadap penyediaan bahan baku yang dibutuhkan. Keterbatasan tersebut berhubungan dengan kemampuan untuk menawar, kemampuan serta informasi yang mencukupi untuk mendapatkan kualitas bahan baku yang baik, serta kemudahan untuk mendapatkan kredit dari pihak pemasok.

6. Anggota Paguyuban Belum Bekerjasama

Sampai saat ini anggota paguyuban masih beroperasi secara sendiri-sendiri. Mereka belum menerapkan kerjasama. Hal sederhana yang terlihat adalah saat mereka membutuhkan bahan baku kulit perca. Untuk pembelian kulit perca beberapa pemasok menetapkan nilai minimal pembelian (misal 50 kg), diantara para anggota paguyuban belum ada pertukaran informasi ataupun keinginan untuk membeli kulit perca tersebut secara bersama-sama. Jadi yang terjadi adalah mereka membeli kulit perca tersebut secara perseorangan, kalau kebutuhan untuk modal awal tersebut tidak mereka miliki saat ini maka mereka akan mencari pinjaman dahulu.

Tabel 3. Kekuatan dan Kelemahan PCT

NO	KEKUATAN	NO	KELEMAHAN
1	SDM Melimpah	1	Manajemen Usaha dengan Pola Pikir Pengrajin
2	Harga Bersaing	2	Kurangnya Pengawasan Proses Produksi & Kualitas
3	Lokasi Dekat Pemasok Bahan Baku	3	Pencatatan Keuangan Masih Sederhana
4	Potensi Kreativitas	4	Terbatasnya Akses Pasar
5	Pantang Menyerah	5	Manajemen Persediaan Bahan Baku Belum Teratur
		6	Anggota paguyuban belum bekerjasama

4.3.3 Faktor Peluang

1. Produk Telah dikenal Masyarakat

Garut memang terkenal sebagai sentra kerajinan kulit. Hal ini tentunya merupakan suatu keunggulan tersendiri yang bisa dimanfaatkan dengan baik oleh PCT untuk menghasilkan beragam varian produk berbahan dasar kulit.

2. Memiliki Sistem Pemasaran Terpusat

Saat ini anggota paguyuban cenderung pasif dan saling menunggu, seharusnya ada pembagian tugas yang jelas di PCT minimal antara bagian produksi dan pemasaran. Lebih baik lagi kalau PCT bisa membuat sistem pemasaran terpusat sehingga memudahkan pelayanan pada calon konsumen atau konsumen.

3. Menjalिन Kemitraan

Besarnya perhatian pemerintah saat ini terhadap usaha mikro mendorong semakin dapat berkembangnya banyak industri yang dimasuki oleh PCT. Kerjasama dengan banyak perusahaan swasta, lembaga pendidikan, maupun lembaga keuangan diharapkan mampu membuat paguyuban ini mengambil peranan yang lebih besar lagi.

4. Memiliki Toko *Online*

Berkembangnya teknologi informasi membuat pasar bagi usaha mikro menjadi lebih luas. Di masa depan PCT bisa membuat toko online dan mendaftarkan link tokonya di berbagai portal bisnis online yang saat ini menjamur di Indonesia.

Salah satu keterbatasan para anggota paguyuban saat ini adalah tidak dapat menjualkan produk-produknya langsung ke konsumen karena mereka tidak memiliki toko, sehingga dengan adanya toko online diharapkan mereka akan mampu menjualkan produknya dengan lebih mudah serta lebih luas.

5. Perkembangan Ekonomi Kreatif

Ini merupakan momentum yang tepat bagi PCT untuk mulai memikirkan strategi *branding* dan desain produk. Dua syarat utama untuk berkiprah di bisnis kreatif. Dan industri kerajinan yang berbasis bahan baku lokal memiliki potensi yang besar untuk berkembang.

4.3.4 Faktor Ancaman

1. Kekuatan Daya Tawar Pemasok Bahan

Pemasok bahan baku memiliki kekuatan daya tawar yang tinggi karena pihak ini menguasai pasar dan memiliki modal yang banyak, sehingga PCT memiliki keterbatasan modal untuk memenuhi minimal order yang ditetapkan oleh pemasok bahan baku.

2. Pesaing

- **Dari dalam negeri.** Pesaing pengrajin kulit terdapat di beberapa wilayah di Indonesia seperti di Cibaduyut (Bandung) dan Manding (Yogyakarta).
- **Dari Luar Negeri.** Mudah masuknya barang-barang impor dengan harga yang jauh lebih murah membuat PCT bisa mengalami kesulitan untuk bersaing.

3. Inflasi

Faktor kenaikan harga-harga setiap barang akan mempengaruhi daya beli masyarakat. Dalam kondisi seperti ini tentunya juga akan berpengaruh pada usaha PCT terutama dalam hal naiknya harga bahan baku dan meningkatnya biaya operasional.

Tabel 4. Peluang dan Ancaman PCT

NO	PELUANG	NO	ANCAMAN
1	Produk Telah Dikenal Masyarakat	1	Kekuatan Daya Tawar Pemasok Bahan
2	Memiliki Sistem Pemasaran Terpusat	2	Pesaing
3	Menjalin Kemitraan	3	Inflasi
4	Memiliki Toko <i>Online</i>		
5	Perkembangan Ekonomi Kreatif		

4.4 Strategi Pengembangan Usaha PCT Berdasarkan Analisis SWOT

Dengan melihat faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada bisnis pengrajin PCT, dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan usaha (Gambar 2)

<p>FAKTOR INTERNAL</p> <p>FAKTOR EKSTERNAL</p>	<p>KEKUATAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SDM Melimpah 2. Harga Bersaing 3. Lokasi Dekat Pemasok Bahan Baku 4. Potensi Kreativitas 5. Pantang Menyerah 	<p>KELEMAHAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Usaha dengan Pola Pikir Pengrajin 2. Kurangnya Pengawasan Proses Produksi & Kualitas 3. Pencatatan Keuangan Masih Sederhana 4. Terbatasnya Akses Pasar 5. Manajemen Persediaan Bahan Baku Belum Teratur 6. Anggota paguyuban belum bekerjasama
<p>PELUANG</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Telah dikenal Masyarakat 2. Memiliki Sistem Pemasaran Terpusat 3. Menjalin Kemitraan 4. Memiliki Toko <i>Online</i> 5. Perkembangan Ekonomi Kreatif 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Institusi pendamping dapat membantu pengrajin membuka jalur distribusi yang baru. 2. Memperluas jaringan relasi pemasaran 3. Pembuatan toko <i>online</i> dan pendaftaran <i>link</i> diberbagai portal bisnis <i>online</i> 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Institusi pendamping dapat menjadi fasilitator Pelatihan kewirausahaan, manajemen persediaan, branding dan desain produk. 2. Mengalokasikan dana membuat katalog dan <i>sampel</i> produk baru. 3. Institusi pendamping dapat memfasilitasi untuk pengembangan produk baru.
<p>ANCAMAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan Daya Tawar Pemasok Bahan 2. Pesaing 3. Inflasi 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Institusi pendamping dapat mendorong Pemerintah untuk membatasi impor kerajinan kulit. 2. Mengoptimalkan kerjasama antar anggota paguyuban /koperasi agar mampu menyediakan bahan baku. 3. Institusi pendamping dapat memfasilitasi promosi bersama dengan mengadakan pameran. 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun kekuatan bersama melalui koperasi dan komunitas UKM misalnya: Komunitas Tangan Di Atas (TDA) 2. Institusi pendamping dapat memfasilitasi untuk Pemerintah membuat regulasi dan kebijakan yang mendukung pengembangan usaha UMKM.

Gambar 2. Matriks Strategi Pengembangan Usaha PCT berdasarkan analisis SWOT

Berdasarkan analisis SWOT dengan membandingkan faktor Peluang dan Kekuatan (Strategi SO), Peluang dan Kelemahan (Strategi WO), Kekuatan dan Ancaman (Strategi ST), serta Kelemahan dan Ancaman (Strategi WT), maka dapat dimunculkan beberapa strategi pengembangan usaha yang bisa dilakukan oleh pengrajin dan institusi pendamping (Pemerintah, BUMN, Perusahaan Swasta, dan Perguruan Tinggi):

- Strategi Pengembangan yang bisa dilakukan pengrajin:
 1. Memperluas jaringan relasi pemasaran.
 2. Membuat toko *online* dan pendaftaran *link* diberbagai portal bisnis *online*
 3. Mengalokasikan dana membuat katalog dan *sampel* produk baru.
 4. Mengoptimalkan kerjasama antar anggota paguyuban/koperasi agar mampu menyediakan bahan baku dengan harga terjangkau.
 5. Membangun kekuatan bersama melalui koperasi dan komunitas UKM misalnya: Komunitas Tangan Di Atas (TDA).

- Strategi Pengembangan yang bisa dilakukan institusi pendamping:
 1. Membantu pengrajin membuka jalur distribusi yang baru.
 2. Memfasilitasi promosi bersama dengan mengadakan pameran.
 3. Institusi pendamping dapat membantu pengrajin membuka jalur distribusi yang baru.
 4. Menyelenggarakan pelatihan berkala dan berkesinambungan tentang: kewirausahaan, manajemen persediaan, *branding* dan desain produk.
 5. Memfasilitasi pengembangan produk baru.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Paguyuban Cahaya Terang (PCT) sebagai usaha mikro mempunyai karakteristik khusus, baik itu dari segi permodalan, pengelolaan, pengetahuan.
2. Faktor-faktor internal yang menjadi **faktor kekuatan** para pengrajin kulit Paguyuban Cahaya Terang adalah: sdm melimpah, harga bersaing, lokasi dekat pemasok bahan baku, potensi kreativitas, dan pantang menyerah. Sedangkan yang menjadi **faktor kelemahan** adalah: manajemen usaha dengan pola pikir pengrajin, kurangnya pengawasan proses produksi & kualitas, pencatatan keuangan masih sederhana, terbatasnya akses pasar, manajemen persediaan bahan baku belum teratur, dan anggota paguyuban belum bekerjasama.
3. Faktor-faktor eksternal yang menjadi **faktor peluang** yang bisa dimanfaatkan oleh PCT adalah: produk telah dikenal masyarakat, memiliki, sistem pemasaran terpusat, menjalin kemitraan, memiliki toko *online*, perkembangan ekonomi kreatif. Sedangkan faktor ancaman adalah: Kekuatan daya tawar pemasok bahan, pesaing, dan inflasi.
4. Adapun strategi pengembangan usaha yang bisa dilakukan adalah:
 - **Strategi Pengembangan yang bisa dilakukan pengrajin:**
 1. Memperluas jaringan relasi pemasaran.
 2. Membuat toko *online* dan pendaftaran *link* diberbagai portal bisnis *online*
 3. Mengalokasikan dana membuat *sampel* produk baru.
 4. Mengoptimalkan paguyuban atau koperasi agar mampu menyediakan bahan baku dengan harga terjangkau.
 5. Membangun kekuatan bersama melalui koperasi dan komunitas UKM misalnya: Komunitas Tangan Di Atas (TDA).

- **Strategi Pengembangan yang bisa dilakukan institusi pendamping:**
 1. Membantu pengrajin membuka jalur distribusi yang baru.
 2. Memfasilitasi promosi bersama dengan mengadakan pameran.
 3. Menyelenggarakan pelatihan berkala dan berkesinambungan tentang: kewirausahaan, manajemen persediaan, *branding* dan desain produk.
 4. Memfasilitasi pengembangan produk baru.

5.2 Saran

1. Pemerintah khususnya Pemerintah Daerah Garut hendaknya memberikan perhatian terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Garut. Jika usaha tersebut mampu berkembang dengan baik, maka akan menjadi meningkatkan PAD bagi pemerintah setempat, disamping itu mampu menyerap tenaga kerja.
2. Pola pendampingan baik yang dilakukan oleh pemerintah, swasta ataupun institusi pendidikan tidak cukup lagi sekedar memberi bantuan dana tanpa program pendampingan yang terukur dan berkelanjutan.
3. Jurusan Manajemen FE UNPAR bisa berperan lebih jauh dalam konteks pengabdian masyarakat dengan melakukan pendampingan dari sisi pengembangan *mindset* kewirausahaan, *branding*/desain produk, dan strategi pemasaran *online*.

DAFTAR PUSTAKA

David, Fred R., Manajemen Strategis Konsep. Jakarta: Salemba Empat, 1995

Gomulia, Budiana dan Intanie, Vera. Veraintanie. Struktur modal usaha kecil sentra kulit di Sukaregang, Garut, Bandung: Bina Ekonomi FE UNPAR, Edisi 2 Vol.15, 2011

Kajian Usaha Mikro Indonesia. Jurnal pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 2 tahun I-2006.

Rangkuti, Freddy. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Jakarta:Gramedia, 2001

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992.

www.wikipedia.com

www.galeryukm.com

www.bps.go.id