

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN SENTRA PRODUKSI ROTAN DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP SWOT DI KABUPATEN JEPARA

Anna Widiastuti

STIE Nahdlatul Ulama Jepara, Jl. Taman Siswa (Pekeng) Tahunan Jepara
e-mail: anna.widiastuti@gmail.com

Abstract

This research get apropos the strategy of developing for rattan production in Welahan sub-district Jepara regency, and drip enough potential aspect, matter aspect, chance aspect and challenge aspect. Method strategy expansion use SWOT analysis. Responden that inspect as 92 responden and technical taking sample by census. At the same time yield that analysis enough capital and finance aspect, well power human (SDM) aspect, marketing aspect and production aspect.

Yield research here point be observed away from capital and finance aspect, have weakness is being limitedness capital and not yet ever get apropos management finance. SDM aspect, have strength a bout quality labor that possessed, at the same time not yet be considered apropos process. Marketing aspect, have weakness less shift make serious efforts open segment market, because responden (= craftsman) as long as here no difficult in land matter market. And away from production aspect, have strength process always walk good, as the same time production always be based overhead base order sheer.

Keywords : Strength, Weakness, Opportunity, Threat

Abstrak

Penelitian ini mengangkat tentang strategi pengembangan sentra produksi rotan yang ada di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara, dengan menitikberatkan pada aspek potensi, masalah, peluang dan tantangan. Metode analisis strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT. Responden yang diteliti sebanyak 92 responden dengan teknik pengambilan sample secara sensus. Sedangkan hasil yang dianalisis difokuskan pada aspek modal dan keuangan, sumber daya manusia (SDM), pemasaran dan produksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dilihat dari aspek modal dan keuangan mempunyai kelemahan yaitu adanya keterbatasan modal dan belum pernah memperoleh binaan tentang pengelolaan keuangan. Aspek SDM, memiliki kekuatan berupa kualitas tenaga kerja yang dimiliki sangat baik, sedangkan kelemahannya belum mulai dipikirkan tentang proses regenerasi. Aspek pemasaran, mempunyai kelemahan

yaitu kurang berusaha untuk berupaya mengembangkan pangsa pasar, karena pengrajin merasa selama ini tidak sulit dalam hal memasarkan produknya. dan dari aspek produksi, mempunyai kekuatan yaitu proses produksinya selalu berjalan baik, sedangkan kelemahannya produksi selalu berdasarkan atas dasar pesanan saja.

Kata Kunci : Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

Pendahuluan

Latar Belakang

Kekuatan ekonomi suatu negara memiliki korelasi yang positif dengan kontribusi UKM. Di banyak negara di dunia, pembangunan dan pertumbuhan UKM merupakan salah satu motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi. Tingginya kinerja ekonomi dengan laju pertumbuhan yang tinggi pada negara industri baru (*Newly Industrializing Countries*), seperti Korea Selatan dan Taiwan, ditopang oleh kinerja UKM yang sangat efisien, produktif dan memiliki tingkat daya saing yang tinggi. Contoh lainnya, Jepang merupakan salah satu negara industri kuat di dunia, namun demikian UKM di sana menyumbang 52% terhadap total *output* negara tersebut. Sedangkan dari total ekspor produk-produk manufaktur, 50% diantaranya dihasilkan oleh industri manufaktur level UKM (Zulkieflimansyah dan Banu, 2003).

Menurut data dari Kementerian Negara Koperasi dan Pengusaha Kecil dan Menengah (Menekop & PPK) menunjukkan bahwa pada tahun 2000, ada sekitar 38,99 usaha kecil dengan rata-rata penjualan per tahun kurang dari Rp. 1 Milyar. Jumlah usaha kecil ini merupakan 99,85% dari jumlah perusahaan di Indonesia. Pada tahun yang sama ada 55.061 perusahaan kategori usaha menengah, dengan rata-rata penghasilan per tahun Rp. 1 Milyar hingga Rp. 50 Milyar. Jumlah usaha menengah ini merupakan 0,14% jumlah perusahaan di Indonesia. Sedangkan penyerapan tenaga kerja Usaha Kecil (UK) menyerap 66,83 juta tenaga kerja atau 89,4% jumlah lapangan kerja di Indonesia, sedangkan Usaha Menengah (UM) menyerap 7,5 juta tenaga kerja atau 10,08% jumlah lapangan kerja dan Usaha Besar (UB) hanya menyerap 383 ribu tenaga kerja atau 0,52% jumlah tenaga kerja. Namun demikian, meski UKM memiliki porsi yang lebih besar dalam struktur perekonomian namun kontribusi UKM lebih kecil dari UB, yaitu 39,8% sedangkan UB mencapai 60,2%. Pangsa pasar UKM juga hanya 20%, dibandingkan dengan UB yang mencapai 80%. Kontribusi UKM terhadap pertumbuhan ekonomi juga relative kecil, hanya 16,4%, sedangkan UB yang jumlahnya lebih sedikit dan penyerapan tenaga kerja juga lebih sedikit memiliki kontribusi yang sangat besar yaitu sebesar 83,6%.

Citra Kabupaten Jepara sebagai kota ukir dan memiliki keragaman industri kerajinan yang tersebar di seluruh wilayah Kecamatan hingga Pedesaan menjadi pertimbangan dalam pemberdayaan sumber daya daerah. Salah satu eksistensinya adalah dengan ketersebarannya dalam pola klaster-klaster yang terbentuk baik secara geografis maupun menurut sub sektor industri. Di Kabupaten Jepara terdapat 19 sentra

industri yang perlu dikembangkan, antara lain: Konveksi, Grabah, Genteng, Monel, Pande Besi, Mainan Anak-anak, Kemasan, Bordir, Tenun Ikat, Tas Mote/Payet, Makromah, Meubel, Kerajinan ukir kayu, Kerajinan relief kayu, Rotan, Rokok kretek, Makanan, Garam briket beryodium dan Rumput laut. (Dinas Indagkop dan PM Kabupaten Jepara, 2005).

Sentra–sentra tersebut di atas diharapkan dapat mengoptimalkan usaha individualnya yang kecil serta mampu merespon peluang dan tantangan dalam lingkungan dunia usaha. Oleh karena itu, perlu adanya identifikasi sentra kawasan produksi di Kabupaten Jepara serta merumuskan strategi pengembangannya. Analisis strategi pengembangan sentra kawasan produksi dalam penelitian ini dilakukan pada sentra kawasan produksi rotan di Kabupaten Jepara.

Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan sentra kawasan produksi rotan apabila dilihat dari aspek potensi, masalah, peluang dan tantangan (SWOT) di Kabupaten Jepara?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan sentra kawasan produksi rotan dilihat dari aspek potensi, masalah, peluang dan tantangan (SWOT) di Kabupaten Jepara.

Tinjauan Pustaka

Industri

Perusahaan dapat bertindak sebagai perantara antara sumber faktor produksi dan konsumen, meliputi sarana, organisasi dan lembaga-lembaga yang secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan produksi dan distribusi barang serta jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Dalam arti luas, dunia usaha terdiri dari tiga bagian: *Pertama*, Tempat kerja untuk menjalankan kegiatan yang produktif seperti: pabrik, pertambangan, hotel dan lain sebagainya. *Kedua*, Perusahaan, yang memiliki satu tempat kerja atau lebih. *Ketiga*, Industri. (Basu Swasta, 2000).

Manullang (2002) memberikan pengertian tentang Industri adalah: satu sub sistem (salah satu unsur) dari pada bisnis. Dengan kata lain bisnis terdiri dari sejumlah industri, dan Industri adalah kumpulan perusahaan yang memproduksi barang yang sama atau yang hampir sama. Jadi masing-masing jenis industri memproduksi barang yang sama, misalnya industri furniture adalah semua perusahaan yang memproduksi furniture, apakah lemari, kursi, meja dan lain sebagainya. Sedangkan dalam konteks mikro dan organisasi, Kuncoro (2004) memberikan definisi tentang industri adalah: Sekelompok perusahaan yang menghasilkan produk/jasa yang relatif sejenis, atau mempunyai sifat saling mengganti yang erat.

Menurut Undang-undang No. 5 tahun 1984 tentang perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk menggunakannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Dalam menentukan strategi pengembangan industri dalam rangka industrialisasi inilah kebijakan *clustering* industri menjadi pilihan yang paling tepat untuk dikembangkan di Indonesia, sebab didalam sistem cluster tersebut akan melibatkan banyak komponen masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi sehingga kemampuan ekonomi masyarakat akan ikut terangkat.

Usaha Kecil dan Menengah

Batasan mengenai usaha kecil, menengah dan besar masih beragam. Kriterianya masih berbeda-beda, tergantung pada fokus permasalahan yang dituju dan keterkaitan instansi. Beberapa definisi yang menggunakan ukuran finansial diantaranya, Departemen Perindustrian mengkategorikan usaha kecil apabila usaha yang nilai asetnya (tidak termasuk rumah dan tanah) dibawah Rp. 600 juta. Kamar Dagang dan Industri (KADIN) mengemukakan bahwa sektor usaha yang tergolong kecil apabila memiliki modal aktif dibawah Rp. 150 juta dengan *turnover* dibawah Rp. 600 juta per tahun, kecuali untuk sektor konstruksi dengan batasan memiliki modal aktif dibawah Rp. 250 juta dengan *turnover* dibawah 1 milyar per tahun. Bank Indonesia menentukan kriteria usaha kecil, yaitu usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan) dibawah Rp. 600 juta.

Sementara menurut UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil, yang dimaksud sektor usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih maksimal 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp. 1 milyar. Biro Pusat Statistik (BPS) mengelompokkan jenis usaha berdasarkan ukuran jumlah tenaga kerja menjadi empat kategori, yaitu:

1. Usaha kerajinan rumah tangga: usaha yang memiliki tenaga kerja kurang dari lima orang.
2. Usaha kecil: usaha yang memiliki tenaga kerja sejumlah lima orang sampai dengan 19 orang.
3. Usaha menengah: usaha yang memiliki tenaga kerja sejumlah 20 orang sampai dengan 99 orang.
4. Usaha besar: usaha yang memiliki tenaga kerja lebih sejumlah 100 orang atau lebih.

Sedangkan menurut Inpres Nomor 10 tahun 1999 yang dimaksud dengan industri menengah adalah suatu unit usaha dengan aset netto (diluar tanah dan gedung) antara Rp. 200 juta hingga Rp. 10 Milyar, diatas itu diklarifikasikan sebagai Industri besar.

Sentra Kawasan Produksi dan Cluster

Dalam bahasa sederhana, *cluster* berarti kelompok, namun tidak semua kelompok industri dapat disebut *cluster*. Ciri utama cluster menurut Schmitz and Nadvi adalah pengelompokan di sebuah wilayah tertentu dari berbagai perusahaan dalam sektor yang sama. Menurut Porter dalam Sakuramoto (2004), *cluster* adalah sekelompok perusahaan dan lembaga terkait yang berdekatan secara geografis, memiliki kemiripan yang mendorong kompetisi serta juga bersifat *complementaris* (saling melengkapi)

Bab I bagian Ketentuan Umum Pasal 1 (2) Surat keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 32/Kep/M.KUKM/IV/2003 tentang Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan UKM, disebutkan bahwa yang dimaksud dengan Cluster adalah pusat kegiatan UKM pada sentra yang telah berkembang, ditandai oleh munculnya pengusaha-pengusaha yang lebih maju, terjadi spesialisasi proses produksi pada, masing-masing UKM dan kegiatan ekonominya saling terkait dan saling mendukung. Jadi cluster-cluster di sebuah wilayah didalamnya dibagi dalam sentra-sentra industri. Dalam BAB I bagian Ketentuan Umum Pasal 1 (1) Surat keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 32/Kep/M.KUKM/IV/2003 tentang Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan UKM, mencantumkan definisi tentang Sentra, yang dimaksud sentra adalah pusat kegiatan di kawasan/lokasi tertentu dimana terdapat UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi klaster.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Peggy Hariwan (2003) tentang Analisis Karakteristik, Permasalahan dan Kebijakan Industri Kecil (Studi Kasus Industri Kecil Sepatu Kulit Di Kota Bandung), hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha kecil sepatu kulit di Kota Bandung yang diteliti menghadapi masalah dalam hal permodalan dan dalam bidang pemasaran (walaupun tidak separah masalah permodalan). Sementara itu sebagian besar pengusaha kecil yang diteliti tidak menghadapi masalah dalam pengelolaan keuangan, pengelolaan karyawan, mencari karyawan yang cakap dan trampil, desain produk, serta kualitas produk.

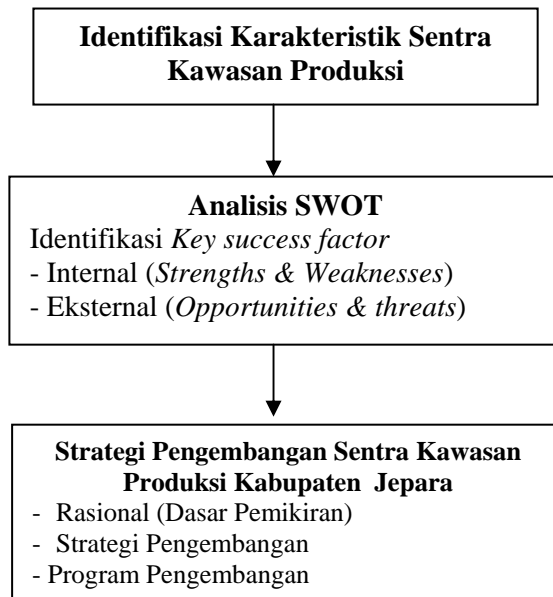
Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Mahfudz dkk (2003) tentang Profil Investasi Kota Salatiga Tahun 2003, menghasilkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Potensi dan keunggulan yang dimiliki antara lain dalam aspek lokasi yang cukup strategis, ketersediaan beberapa sarana dan prasarana pengembangan investasi, kondisi geografis, fisiografis, serta kondisi sosial, budaya, ekonomi, kependudukan, keamanan serta lingkungan bisnis yang menguntungkan. Namun demikian dalam upaya menarik calon investor Pemerintah Kota Salatiga juga menghadapi berbagai kendala dan tantangan termasuk dari daerah (kabupaten/kota) lain. Beberapa kelemahan yang

dihadapi antara lain adalah minimnya obyek wisata yang dimiliki, minim fasilitas penunjang pengembangan investasi (misalnya hotel berbintang), serta minim sumber daya alam.

Kerangka Penelitian

Penelitian Identifikasi dan Pengembangan Sentra Kawasan Produksi di Kabupaten Jepara disusun dengan kerangka analisis pada gambar 1 sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Penelitian



Sumber: dikembangkan untuk penelitian

Metode Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian digunakan analisis deskriptif-kualitatif dan analisis SWOT.

Analisis Kualitatif

Teknik analisis kualitatif atau analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi, sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan.

Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan dan penyusunan data dalam bentuk tabel numerik. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian utama serta data identitas umum/karakteristik

demografi responden. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi adalah distribusi frekuensi (frekuensi data penelitian dinyatakan dalam ukuran absolut dan proporsi, yang disajikan dalam bentuk tabel numerik), rata-rata/mean, minimum, maksimum serta standar deviasi. Teknik analisis ini digunakan untuk menjelaskan profil sentra kawasan produksi di Kabupaten Jepara.

Analisis SWOT

Karakteristik sentra kawasan produksi selanjutnya diidentifikasi *Key factor success* yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan tantangan (*Threats*) sentra kawasan produksi di Kabupaten Jepara.

SWOT merupakan akronim dari faktor-faktor internal perusahaan berupa *Strengths and Weakness* (kekuatan dan kelemahan) dan dari faktor eksternal perusahaan berupa *Opportunities and Threats* (peluang dan ancaman). Sugian (1995) menyatakan bahwa keampuhan SWOT terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan dalam tubuh organisasi dan menekan ancaman yang timbul. Tujuan dari diagnosis ini lebih merupakan hubungan dalam menentukan strategi mencapai tujuan perusahaan. Adapun faktor internal dan eksternal masing-masing mempunyai arti dan makna tersendiri seperti dalam penjabaran sebagai berikut:

1. *Strength (S)*

Strength berarti kekuatan, faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu Usaha.

2. *Weakness (W)*

Weakness berarti kelemahan, faktor kelemahan yang dimiliki oleh suatu Usaha.

3. *Opportunity (O)*

Opportunity berarti peluang yang dimiliki oleh perusahaan adalah faktor lingkungan yang menguntungkan suatu satuan usaha.

4. *Threat (T)*

Threat berarti ancaman, faktor-faktor ancaman adalah faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan usaha.

Hasil Dan Pembahasan

Pusat Lokasi sentra Rotan tersebar di beberapa desa di Kecamatan Welahan, Kabupaten Jepara yaitu Desa Sidi Gede, Desa Sidi, Desa Teluk Wetan, dan Desa Brantak Sekarjati. Jarak Kecamatan Welahan adalah 27 km arah selatan dari Ibukota Kabupaten Jepara.

Untuk menganalisis strategi pengembangan sentra produksi rotan ini diambil sampel sebanyak 92 responden yang diambil dengan menggunakan metode sensus.

Analisis SWOT Sentra Rotan

1. Aspek Permodalan & Keuangan

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar responden menghadapi masalah permodalan (58,7%) sedangkan sebesar 41,3% responden menyatakan tidak mengalami masalah permodalan. Namun ternyata meskipun sebagian besar responden mengalami masalah permodalan, hanya (58,7%) yang mendapatkan bantuan permodalan, sedangkan sebesar 41,3% responden menyatakan tidak pernah mendapatkan bantuan permodalan. Berhubungan dengan pengelolaan keuangan, sebagian besar responden mengalami kendala dalam pengelolaan keuangan, namun demikian hanya 20,7% responden yang pernah mendapatkan pembinaan bidang pengelolaan keuangan dari Dinas Indagkop PM Kabupaten Jepara dan ASMINDO Komda Jepara, dan sebesar 79,3% menyatakan tidak pernah memperoleh pembinaan pengelolaan keuangan.

2. Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam hal pengelolaan sumber daya manusia, sebagian besar responden (72,8%) mengaku tidak mengalami kesulitan dalam hal pengelolaan tenaga kerja dan sebesar 22,8% menyatakan mengalami masalah dalam bidang pengelolaan tenaga kerja, sebesar 4,3% responden tidak memberikan jawaban. Bukti empiris menunjukkan bahwa hampir seluruh responden (93,5%) belum pernah memperoleh pembinaan dalam bidang pengelolaan karyawan/sumber daya manusia, hanya sebesar 2,2% responden yang menyatakan pernah mendapatkan pembinaan.

3. Aspek Pemasaran

Dalam aspek pemasaran, sebagian besar responden (63%) menyatakan tidak mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya, namun terdapat 37% responden yang mengaku mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya.

4. Aspek Produksi

Dilihat dari peralatan produksi yang dimiliki oleh responden, sebagian besar responden (46,7%) telah menggunakan peralatan produksi semi modern, sebesar 31,5% telah menggunakan peralatan modern serta terdapat 21,7% responden yang masih menggunakan peralatan tradisional. Kajian empiris permasalahan dalam bidang produksi yang dihadapi oleh responden yang menjadi objek penelitian membuktikan bahwa ternyata sebagian besar responden tidak menghadapi masalah/kendala dalam bidang produksi (93,5%), sedangkan 6,5% responden mengaku mengalami kesulitan masalah produksi.

Dengan mengacu kepada profil dan deskripsi atas Sentra Rotan, maka selanjutnya dapat disusun Analisis SWOT untuk Sentra Rotan sebagaimana nampak pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Analisis SWOT Sentra Rotan

Kekuatan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> - Tidak adanya kendala dalam pengelolaan tenaga kerja. - Tidak mengalami kesulitan dalam pemasaran produk. - Harga produk UKM Rotan relatif sama. - Telah menggunakan peralatan semi modern dan modern dalam proses produksinya. - Tidak terdapat kesulitan dalam proses produksi. - Tidak terdapat kesulitan dalam desain produk. - Tidak mengalami kesulitan dalam peningkatan kualitas produk. - Mayoritas UKM rotan memiliki lahan sendiri sebagai tempat usaha. - Selama ini tidak pernah ada keluhan yang cukup berarti dari konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Usaha yang dijalankan merupakan perusahaan perseorangan. - Permodalan yang dimiliki UKM Rotan masih sangat terbatas. - Sebagian besar UKM Rotan tidak mendapatkan bantuan permodalan. - UKM Rotan mengalami kesulitan dalam pengelolaan keuangannya. - Sebagian besar UKM rotan belum pernah mendapatkan pembinaan pengelolaan keuangan, pengelolaan SDM, produksi dan pemasaran. - Proses regenerasi UKM Rotan belum berjalan secara baik. - Volume penjualan UKM Rotan relatif konstan dan cenderung menurun. - Upaya pemasaran/ promosi yang dijalankan UKM Rotan masih sangat kurang/terbatas. - Sebagian besar sistem penjualan UKM Rotan yaitu disetor ke gudang/<i>buyer</i>. - Sistem pembayaran mayoritas UKM Rotan adalah kredit. - Mayoritas UKM Rotan hanya memproduksi dan beberapa UKM saja yang melakukan juga upaya pemasarannya. - Pola produksi yang dijalankan UKM rotan berdasar pada pesanan.
Peluang	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> - Tenaga kerja yang trampil cukup tersedia di Kabupaten Jepara. - Image Kabupaten Jepara sebagai Kota Ukir/Kota Mebel. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku sebagian besar harus didatangkan dari luar Jepara.

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 1, analisis SWOT Sentra Rotan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Aspek Permodalan dan Keuangan

Dari aspek permodalan dan keuangan UKM Rotan memiliki beberapa kelemahan, yaitu keterbatasan modal yang dimiliki UKM, sistem pembayaran mayoritas UKM atas penjualan produk dilakukan secara kredit, sebagian besar UKM belum pernah mendapatkan bantuan permodalan, adanya kesulitan yang dialami UKM dalam pengelolaan keuangan yang baik dan belum adanya pembinaan yang memadai yang diperoleh UKM dalam bidang pengelolaan keuangan.

2. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

UKM Rotan memiliki kekuatan berupa kualitas SDM yang dimiliki sudah cukup baik dan tidak mengalami kendala dalam pengelolaan tenaga kerja dengan didukung oleh peluang tenaga kerja trampil cukup tersedia di Kabupaten Jepara. Namun pada sisi kelemahan, proses regenerasi UKM Rotan belum berjalan dengan baik.

3. Aspek Pemasaran

Kelemahan yang dialami UKM Rotan dalam aspek pemasaran diantaranya adalah sebagian besar UKM belum melakukan upaya pemasaran/promosi secara sistematis untuk meningkatkan volume penjualannya, data empiris juga menunjukkan bahwa volume penjualan UKM Rotan relatif konstan dan cenderung menurun. Sebagian besar dari UKM Rotan hanya melakukan produksi saja dan sangat sedikit dari UKM yang selain memproduksi juga melakukan usaha pemasarannya serta sebagian besar penjualan UKM Rotan hanya disetor ke gudang/*buyer*, masih sangat sedikit yang langsung dijual kepada konsumen akhir. Pada sisi lain UKM Rotan memiliki kekuatan berupa tidak mengalami kesulitan dalam pemasaran dan harga produk yang bersaing.

4. Aspek Produksi

Dalam aspek produksi, UKM Rotan memiliki kekuatan diantaranya proses produksi yang telah berjalan baik, telah menggunakan peralatan semi modern dan modern, tidak ada kesulitan dalam hal desain produk, maupun dalam peningkatan kualitas produk yang dilakukannya, serta mayoritas UKM memiliki lahan sendiri sebagai tempat usahanya. Adapun kelemahan yang dimiliki UKM Rotan dalam aspek produksi yaitu pola produksi yang dijalankannya masih bertumpu pada pesanan dan belum memadainya pembinaan yang diperoleh UKM dalam aspek produksi. Selain itu ancaman yang dihadapi adalah bahan baku sebagian besar harus didatangkan dari luar Jepara.

5. Aspek Kelembagaan Sentra

Di Sentra Rotan sebenarnya telah terdapat paguyuban pengrajin. Dengan adanya paguyuban menjadikan peluang bagi UKM untuk mendapatkan pembinaan dalam bidang pengembangan SDM, keuangan, produksi dan pemasaran. Melalui paguyuban, pengrajin juga dapat melakukan koordinasi usaha, promosi dan pemasaran bersama. Namun kelembagaan paguyuban yang ada belum terorganisir dengan baik sehingga menjadikan kurang dapat memberikan peran bagi pengembangan UKM.

Strategi Pengembangan Sentra Rotan

Dengan mengacu kepada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki/dihadapi oleh Sentra Rotan, selanjutnya dapat dirumuskan strategi pengembangan Sentra Rotan di Kabupaten Jepara sebagai berikut:

1. Aspek Permodalan dan Keuangan

- a. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UKM Rotan mengalami masalah kekurangan modal. Bukti empiris juga mendukung bahwa UKM Rotan sebagian besar belum mendapatkan kemudahan akses terhadap sumber-sumber permodalan. Untuk itu Pemerintah Kabupaten Jepara beserta pihak-pihak terkait yang peduli dengan keberadaan dan perkembangan UKM perlu memfasilitasi permasalahan ini. Beberapa upaya dapat dilakukan, misalnya dengan memberikan bantuan modal lunak dengan pola bergulir, pemanfaatan dana BUMN, memediasi antara UKM dengan sumber-sumber modal yang mudah dan murah baik dari lembaga keuangan perbankan maupun non perbankan, meningkatkan peran industri besar dalam pengembangan UKM dengan pola kemitraan bapak asuh, dan sebagainya.
- b. Persoalan lain yang dialami UKM Rotan dalam aspek keuangan yaitu mengalami kesulitan dalam pengelolaan keuangan dan belum adanya pembinaan yang memadai yang diperoleh UKM dalam pengelolaan keuangan. Untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan bantuan tenaga ahli/pendampingan dan pelatihan manajemen usaha yang fokus pada masalah ini. Pemerintah dalam hal ini dapat berupaya memfasilitasi peran masyarakat, perguruan tinggi, BDS, lembaga swasta profesional/asosiasi untuk berperan aktif dalam pembinaan pengelolaan keuangan yang baik pada UKM Rotan.

2. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

- a. Perlunya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pada UKM Rotan dalam mengelola usahanya secara profesional, baik dalam hal pengelolaan SDM, keuangan/pembukuan, produksi, peningkatan desain dan kualitas produk maupun pemasarannya. Upaya yang dapat dilakukan misalnya

dengan memberikan pelatihan teknis dan manajerial, pendampingan dan supervisi lapangan, mekanisasi peralatan produksi yang digunakan dan sebagainya. Mengingat mayoritas UKM kualitas SDM-nya relatif terbatas, maka upaya-upaya ini perlu disesuaikan dengan khalayak sasaran.

3. Aspek Pemasaran

- a. Meskipun hasil penelitian menunjukkan sebagian besar UKM tidak mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya, namun jika dilihat dari sistem penjualan yang dilakukan sebagian besar UKM Rotan yaitu disetor ke gudang/*buyer*, dan pola produksi yang dijalankan berdasarkan pada pesanan, menunjukkan sistem pemasaran yang dijalankan bersifat pasif. Data empiris juga mendukung bahwa sebagian besar UKM belum melakukan upaya pemasaran/promosi secara terpadu dan sistematis, sistem pembayaran mayoritas UKM dengan sistem kredit dan volume penjualan yang relatif konstan dan menurun. Untuk mengatasi masalah tersebut pemerintah melalui dinas terkait untuk lebih banyak memfasilitasi sarana dan prasarana promosi, menjembatani akses pasar yang lebih luas, memfasilitasi terbentuknya jaringan usaha, memediasi pemasaran melalui jaringan informasi, membangun sistem informasi pasar dan sebagainya.

4. Aspek Produksi

- a. Dalam aspek produksi yang dilakukan UKM Rotan tidak menemui kendala yang berarti, demikian halnya dalam hal desain produk maupun peningkatan kualitas produk telah berjalan dengan baik. Namun untuk dapat mencapai efisiensi dan produktifitas yang tinggi, diperlukan adanya upaya diantara berupa pemberdayaan dan pengoptimalan keberadaan potensi lokal pendukung pengembangan UKM Rotan, antara lain dalam pemanfaatan tenaga kerja lokal yang telah memiliki ketrampilan, pengalaman usaha dan penguasaan teknik produksi, dan sebagainya.
- b. Dari hasil penelitian menunjukkan pola produksi yang berdasarkan pada pesanan, untuk itu perlu adanya terobosan pemasaran dan upaya mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan berkesinambungan, sehingga ke depan UKM Rotan dapat menjalankan produksinya secara kontinyu.

5. Aspek Kelembagaan Sentra

- a. Perlunya peningkatan peran paguyuban yang telah ada, melalui pemberdayaan kelembagaan organisasi maupun pembinaan manajerial oleh instansi terkait. Menumbuhkan kesadaran UKM akan pentingnya berorganisasi dan mendorong peran aktif UKM dalam paguyuban maupun koperasi.
- b. Di Sentra Rotan belum terdapat Kopinkra, mengingat besarnya manfaat yang bisa diperoleh dari adanya Kopinkra bagi UKM, pemerintah melalui dinas terkait dapat memediasi pendirian Kopinkra di Sentra Rotan.

Penutup

Simpulan

Berdasarkan atas hasil pengolahan serta analisis data yang telah dilakukan dalam proses penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa: pada aspek permodalan dan keuangan, UKM Rotan memiliki beberapa kelemahan, yaitu keterbatasan modal yang dimiliki UKM, sistem pembayaran mayoritas UKM atas penjualan produk dilakukan secara kredit, sebagian besar UKM belum pernah mendapatkan bantuan permodalan, adanya kesulitan yang dialami UKM dalam pengelolaan keuangan yang baik dan belum adanya pembinaan yang memadai yang diperoleh UKM dalam bidang pengelolaan keuangan.

Dari aspek Sumber Daya Manusia (SDM), UKM Rotan memiliki kekuatan berupa kualitas SDM yang dimiliki sudah cukup baik dan tidak mengalami kendala dalam pengelolaan tenaga kerja dengan didukung oleh peluang tenaga kerja trampil cukup tersedia di Kabupaten Jepara. Namun pada sisi kelemahan, proses regenerasi UKM Rotan belum berjalan dengan baik.

Dari aspek pemasaran, kelemahan yang dialami UKM Rotan dalam aspek pemasaran diantaranya adalah sebagian besar UKM belum melakukan upaya pemasaran/promosi secara sistematis untuk meningkatkan volume penjualannya, data empiris juga menunjukkan bahwa volume penjualan UKM Rotan relatif konstan dan cenderung menurun. Sebagian besar dari UKM Rotan hanya melakukan produksi saja dan sangat sedikit dari UKM yang selain memproduksi juga melakukan usaha pemasarannya serta sebagian besar penjualan UKM Rotan hanya disetor ke gudang/*buyer*, masih sangat sedikit yang langsung dijual kepada konsumen akhir. Pada sisi lain UKM Rotan memiliki kekuatan berupa tidak mengalami kesulitan dalam pemasaran dan harga produk yang bersaing.

Dari aspek produksi, UKM Rotan memiliki kekuatan diantaranya proses produksi yang telah berjalan baik, telah menggunakan peralatan semi modern dan modern, tidak ada kesulitan dalam hal desain produk, maupun dalam peningkatan kualitas produk yang dilakukannya, serta mayoritas UKM memiliki lahan sendiri sebagai tempat usahanya. Adapun kelemahan yang dimiliki UKM Rotan dalam aspek produksi yaitu pola produksi yang dijalankannya masih bertumpu pada pesanan dan belum memadainya pembinaan yang diperoleh UKM dalam aspek produksi. Selain itu ancaman yang dihadapi adalah bahan baku sebagian besar harus didatangkan dari luar Jepara.

Rekomendasi

Dari aspek permodalan dan keuangan, mayoritas pengrajin (dalam hal ini UKM) menghadapi permasalahan klasik yang juga dialami oleh UKM pada umumnya yaitu masalah kesulitan/keterbatasan modal. Untuk itu Pemerintah Kabupaten Jepara beserta pihak-pihak terkait yang peduli dengan keberadaan dan perkembangan UKM perlu memfasilitasi permasalahan ini. Beberapa upaya dapat dilakukan, misalnya dengan

memberikan bantuan modal lunak dengan pola bergulir, memediasi antara UKM dengan sumber-sumber modal yang mudah dan murah baik dari lembaga keuangan perbankan maupun non perbankan.

Dari aspek Sumber Daya Manusia (SDM), peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pengrajin (UKM) dalam mengelola usahanya secara profesional, baik dalam hal pengelolaan SDM, pengelolaan keuangan, produksi maupun pemasarannya sangatlah penting. Upaya yang dilakukan misalnya dengan memberikan pelatihan teknis dan manajerial pendampingan dan supervisi lapangan, mekanisasi peralatan produksi yang digunakan dan sebagainya.

Dari Aspek Pemasaran, dalam hal ini pemerintah melalui dinas terkait untuk lebih banyak memberikan sarana dan prasarana promosi yang lebih memadai, memfasilitasi UKM untuk membentuk jaringan usaha, memediasi pemasaran melalui jaringan informasi, membangun system informasi pasar, pemanfaatan teknologi informasi untuk akses pasar luar negeri dan sebagainya.

Dari aspek produksi, untuk dapat mencapai efisiensi dan produktifitas yang tinggi, keberadaan potensi lokal pendukung pengembangan UKM yang ada perlu lebih diberdayakan dan dioptimalkan, antara lain dalam pemanfaatan tenaga kerja lokal yang telah memiliki ketrampilan, pengalaman usaha dan penguasaan teknik produksi, proses regenerasi UKM melalui kaderisasi UKM-UKM baru, pemagangan ke UKM lain yang lebih maju dan sebagainya.

Daftar Pustaka

- Airlangga Hartarto, *Sistem Clustering dalam industrialisasi Indonesia*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Basu Swasta, 2000, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*, Penerbit Liberty, Jogjakarta.
- Dinas Indagkop PM, 2005, *Data Potensi Industri Kabupaten Jepara*.
- Karjantoro, 2002, "Usaha Kecil dan Problem Pemberdayaannya", *Usahawan*, No. 04 tahun XXXI April 2002.
- Manullang, M., 2002, *Pengantar Bisnis*, Gajah Mada University Press, Jogjakarta.
- Indriyantoro, Nur dan Bambang Supomo, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, BPFE Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, 2004, *Otonomi & Pembangunan Daerah (Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang)*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Jatmiko, 2004, *Pengantar Bisnis*, UMM, Malang.

Tulus, Tambunan, 2002, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia beberapa isu penting*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Teuku Mirza, 1999, "Skema Pengembangan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi", *Usahawan*, No. 09 Tahun XXX September.

Zulkieflimansyah dan Banu Muhammad, 2003, "Refleksi Dinamika Inovasi Tehnologi UKM di Indonesia: Studi Kasus Industri Logam dan Permesinan", *Usahawan*, No. 08 Tahun XXXII Agustus 2003.

_____, Puput Kurniaty dan Banu Muhammad, 2003, "Akuisisi Kemampuan Tehnologi pada Industri Kecil Menengah di Indonesia: Analisa Econometrics dan system Thinking of System Dynamics", *Usahawan*, No. 10 Tahun XXXII Oktober 2003.

Mahfudz, 2003, *Profil Investasi Kota Salatiga Tahun 2003*.

Peggy Hariwan, 2003, *Analisis Karakteristik, Permasalahan Dan Kebijakan Industri Kecil* (Studi Kasus Industri Kecil Sepatu Kulit Di Kota Bandung).