

FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN UMKM PADA KLASTER BORDIR DAN KONVEKSI KUDUS

Sanusi

Tasamuh Institut

Email: sanusipasca@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM pada klaster border dan konveksi Desa Padurenan Kudus. Kajian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Keberhasilan usaha dapat diraih dengan upaya dari berbagai pihak, baik dari upaya eksternal maupun internal. Salah satu upaya eksternal yang dilakukan antara lain melalui program dan kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk mengembangkan sektor UMKM, hasilnya selama ini cukup menggembriakan. Kegagalan yang terjadi pada umumnya disebabkan oleh modal yang kurang memadai, persaingan yang cukup ketat dan kurangnya kemampuan mengelola usaha. Dengan demikian, modal bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan sebuah bisnis akan sukses atau tidak.

Kata Kunci: *Wirausaha, Manajemen, Kualitas, Kuantitas*

Abstract

**SUCCESS FACTORS OF SMSE OF GARMENT
IN KUDUS** *This article aims at analyzing significant factors to the success of SMSE of convection and border in Padurenan Kudus. This is a field research using quantitative approach. The success*

Sanusi

of business may be supported by several factors both external and internal. Among external factors are government program and activities to develop SMSE. Business failure mostly is caused by capital limit, competition and the lack of ability to manage business. Thus, capital is not the only factor for success.

Keywords: Entrepreneurship, Management, Quality, Quantity

A. Pendahuluan

Industri kecil yang di Indonesia dikenal dengan nama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara, bahkan di negara maju sekalipun. UMKM selalu diperbincangkan dan dikaji untuk terus ditingkatkan peranannya. Ketika di analisis lebih jauh, maka akan terlihat bahwa hampir separuh lebih dari total usaha yang ada di dunia merupakan kontribusi dari Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Selain itu, dapat dikatakan bahwa UMKM memiliki peranan yang juga penting yaitu dalam hal penyerapan tenaga kerja. Jumlah penduduk Indonesia yang menduduki peringkat ke empat negara di dunia yang memiliki penduduk terbanyak setelah China, India dan Amerika Serikat, yaitu sebesar 241.452.952 jiwa merupakan masalah tersendiri khususnya dalam hal penyediaan pekerjaan. Keberadaan UMKM merupakan jawaban dan solusi untuk menjawab masalah tersebut.

Peran UMKM pada perekonomian Indonesia begitu strategis merupakan realitas yang tidak dapat dipungkiri. Berdasarkan data Kementrian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, pada tahun 2007 jumlah UMKM mencapai 49,84 juta unit usaha dan merupakan 97,23% dari pelaku usaha nasional. Kontribusi UMKM pada penyerapan tenaga kerja mencapai 91,75 juta orang atau 97,33% dari total penyerapan tenaga kerja yang ada, kontribusi usaha kecil tercatat 92,32% sedangkan usaha menengah 5,01%. Kontribusi UMKM terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2007 adalah sebesar mencapai 46,96%, terdiri dari 20,82% sumbangan dari usaha kecil, dan 26,14% sumbangan usaha menengah (Sarwoko, 2008). Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, kontribusi UMKM terhadap PDB

selalu di atas 50%. Demikian juga dengan sumbangan UMKM dalam penyerapan jumlah tenaga kerja yang selalu di atas 90%. Di tingkat ASEAN, lebih dari 96% perusahaan yang ada berupa UMKM dan berkontribusi terhadap PDB masing-masing negara dengan kisaran 30%-50%.

Hasil kajian akademis menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM merupakan barometer dari kesehatan ekonomi suatu negara. Studi ini lebih menegaskan kembali bahwa UMKM di suatu negara telah menunjukkan perannya dalam penciptaan atau pertumbuhan PDB. PDB merupakan jumlah seluruh barang dan jasa akhir yang diproduksi di suatu negara pada periode tertentu (Mankiw, 2012).

Kota Kudus selain terkenal sebagai kota kretek, juga terkenal dengan kota industri. Hal ini dikarenakan banyaknya jumlah UMKM yang ada. Menurut data yang ada, di kota ini tercatat sebanyak hampir 12 ribuan UMKM pada tahun 2015. Jumlah ini diperkirakan akan terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Sejumlah UMKM di Kudus bergabung dalam sebuah klaster bisnis tertentu yang sudah tentu lokasinya saling berdekatan dan biasanya memiliki hubungan kerja sama antar UMKM yang ada. Salah satu lokasi klaster UMKM di Kudus adalah yang terletak di Desa Padurenan.

Padurenan adalah nama desa di kecamatan Gebog, Kudus, Jawa Tengah, yang dalam hal ini mendapat predikat desa produktif dari pemerintah kota setempat. UMKM yang ada di Desa Padurenan mampu memperbaiki perekonomian di wilayah setempat dengan mengembangkan usaha mayoritas yakni *cluster* bordir dan konveksi. Dengan adanya *cluster* bordir dan konveksi yang di kembangkan oleh masyarakat padurenan, angka pengangguran dan kemiskinan di desa ini terus menerus mengalami penurunan. Hal ini disebabkan banyaknya anggota masyarakat yang bekerja sebagai karyawan *cluster* bordir dan konveksi sementara sebagian yang lain memilih profesi sebagai buruh pabrik rokok. Desa Padurenan merupakan desa penghasil bordir dan konveksi yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Kudus. Klaster usaha

Sanusi

bordir dan konveksi telah ada di Desa Padurenan sejak 2008 tahun yang lalu dan telah mendapatkan perhatian dari berbagai pihak termasuk tidak ketinggalan adalah perhatian dari pemerintah Kabupaten Kudus. Bank Indonesia juga ikut andil memberikan bantuan pendanaan. Dengan melihat keberhasilan *cluster* bisnis dan konveksi yang ada di Desa Padurenan, banyak peneliti tertarik untuk mengadakan riset dan kajian ilmiah lainnya. Hal ini juga dimotivasi dengan kondisi usaha bordir dan konveksi di Desa Padurenan yang masih eksis sampai saat ini.

B. Pembahasan

1. Telaah teoritis

a. Penguatan Ekonomi Masyarakat

Penguatan ekonomi masyarakat, tidak cukup hanya dengan peningkatan produktivitas, memberikan kesempatan berusaha yang sama, dan hanya memberikan suntikan modal sebagai stumulan, tetapi harus dijamin adanya kerjasama dan kemitraan yang erat antara yang telah maju dengan yang masih lemah dan belum berkembang. Selain itu perlu mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide, pengetahuan *skill* dan talenta, daripada sumber daya tenaga. Oleh karena itu, Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya, sehingga diperlukan pengetahuan tentang potensi diri dan lingkungan budaya setempat, dari warga masyarakat masing-masing sebagai sumber hidup dan tempat tinggalnya.

Penguatan ekonomi diharapkan masyarakat berdikiari secara ekonomi, mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan, mendorong pemerataan pendapatan rakyat, dan meningkatkan efisiensi perekonomian secara nasional. Kebijakannya dalam pemberdayaan ekonomi rakyat adalah: (1) pemberian peluang atau akses yang lebih besar kepada aset produksi (khususnya modal); (2) memperkuat posisi transaksi dan kemitraan usaha ekonomi rakyat, agar pelaku ekonomi rakyat bukan sekadar price taker; (3) pelayanan pendidikan dan kesehatan; (4)

penguatan industri kecil; (5) mendorong munculnya wirausaha baru; dan (6) pemerataan spasial.

Penguatan ekonomi rakyat dikembangkan berdasarkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat lokal dalam mengelola lingkungan dan tanah mereka secara turun temurun. Sebuah program pemberdayaan harus mampu memberikan stimulasi terhadap munculnya ketahanan dan kemandirian rakyat yang rentan dan powerless serta memiliki keterbatasan dalam akses jenis-jenis pekerjaan dan penghasilan yang layak. Konsep pemberdayaan adalah melingkupi tiga hal, yaitu pengembangan (*enabling*), memperkuat potensi atau daya (*empowering*) dan terciptanya kemandirian. Hal ini dapat diartikan bahwa pemberdayaan tidak saja terjadi pada masyarakat yang tidak memiliki kemampuan akan tetapi pada masyarakat yang masih terbatas sehingga dapat dikembangkan hingga mencapai kemandirian.

b. Faktor Penentu Kesuksesan Bisnis

Kesuksesan Bisnis UMKM (*Small Business Performance*) Kinerja adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja perusahaan adalah hal yang sangat menentukan dalam perkembangan perusahaan. Tujuan perusahaan untuk tetap eksis, memperoleh keuntungan, dan dapat berkembang (*growth*) dapat tercapai apabila perusahaan tersebut memiliki performa yang baik. Kinerja (*performance*) perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, tingkat pengembalian modal, tingkat turn over dan pangsa pasar yang diraih (Jauch and Glueck, 1998).

Kinerja dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu obyek sehingga menghasilkan hasil dalam dimensi yang ditentukan secara apriori, dalam kaitannya dengan target. Ia juga menunjukkan bahwa sistem terorganisir dengan baik pengukuran kinerja mungkin merupakan mekanisme yang paling kuat dari manajemen untuk meningkatkan probabilitas implementasi strategi yang berhasil. Literatur menunjukkan bahwa omset penjualan merupakan indikator kinerja yang paling sering digunakan dengan menggunakan laba kotor per karyawan sebagai pengukuran kinerja.

Di dalam kondisi perekonomian yang semakin sulit seperti saat ini banyak sektor yang tidak mampu berkembang dan justru banyak yang gulung tikar. Pada sektor bisnis usaha mikro kecil menengah merupakan bisnis yang justru tahan terhadap keadaan ekonomi yang tidak menentu. Ketahanan dan kemampuan sektor usaha mikro kecil menengah di dalam bertahan dan mampu menghadapi situasi fluktuatifnya keadaan ekonomi di pengaruhi beberapa komponen di dalamnya. Seperti yang di kemukakan oleh Lies Indriatni (Lies indriatni: 2013) dalam penelitiannya bahwa faktor modal, kemampuan/*skill* dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan bisnis. Secara umum faktor yang menentukan kesuksesan sebuah bisnis adalah sebagaimana berikut ini:

2. Dukungan dana

Dukungan dana merupakan faktor kunci dalam menjalankan sebuah bisnis. Mempunyai sebuah rencana bisnis akan tetapi tidak mempunyai dana yang kuat maka ide sebuah bisnis tersebut juga tidak mampu ter-realisasikan. Dukungan dana dapat di artikan modal yang di miliki. Secara umum kalau mendengar istilah modal selalu diartikan sebagai sejumlah uang yang digunakan untuk kegiatan usaha produktif. Namun secara teoritis pengertian tentang modal, adalah : Menurut Bakker (Riyanto,2005) mengartikan modal ialah baik barang-barang kongrit (di Neraca sebelah Debet = modal kongrit) maupun berupa daya beli atau nilai tukar dari barang-barang itu (Neraca sebelah kredit = modal abstrak)

Untuk memenuhi kebutuhan biaya bisnis atau biaya modal kerja dapat di lakukan melalui dua sumber, yaitu sumber dalam perusahaan dan sumber dari luar perusahaan (Ibrahim, 2009). Sumber dari dalam perusahaan adalah modal yang berasal dari para investor sendiri atau modal yang di himpun dari penjualan saham. Sedangkan modal yang berasal dari luar perusahaan adalah modal yang di peroleh dari selain bersumber dari pendaanan pribadi yakni bisa bersumber dari perbankan, dari pinjaman antar pengusaha dan juga sumber-sumber lembaga keuangan yang lain.

3. Strategi pemasaran

Suksesnya sebuah bisnis berbanding lurus dengan suksesnya strategi pemasaran yang telah dilakukan. Rasionalisasinya adalah ketika strategi bisnis direncanakan dengan baik, diorganisasikan dengan benar dan diimplementasikan secara tepat maka suksesnya sebuah bisnis akan mampu tercapai. Adapun konsep strategi pemasaran untuk memenangkan sebuah bisnis dan mampu memuaskan pelanggan melalui strategi *Marketing Mix* (Alma, 2014).

a. Produk (Product)

Produk yang dihasilkan dalam bisnis, harus terjamin kualitasnya. Selain itu produk yang dijual harus sesuai dengan selera konsumen serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan baik secara kualitas barang, model barang, bentuk barang dan sebagainya yang berkaitan dengan produk

b. Harga (Price)

Dalam menetapkan harga tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri. Menetapkan harga harus dengan pertimbangan yang kuat dan didasarkan pada kalkulasi yang matang.

c. Lokasi/distribusi (Place)

Perusahaan harus memilih saluran distribusi atau penetapan tempat untuk kegiatan bisnis. Penentuan lokasi dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan produk ke tangan konsumen termasuk dalam cakupan distribusi.

Beberapa saluran yang digunakan untuk menyalurkan produk dari pihak produsen sampai ke tangan konsumen. Bisa menggunakan alternatif sebagaimana berikut ini. *Pertama*, Produsen kemudian langsung ke konsumen, atau *Kedua*, Produsen lewat pengecer kemudian sampai ke konsumen, atau *ketiga*, dari produsen ke pedagang besar kemudian ke pengecer dan akhirnya sampai ke konsumen, atau *keempat*, dari produsen kemudian ke agen masuk ke pengecer sampai ke konsumen dan yang terakhir *kelima*, dari produsen di distribusikan ke agen, kemudian ke

pedagang besar lalu pedagang besar di distribusikan ke pengecer kemudian terakhir baru samapi ke konsumen.

d. Promosi (Promotion)

Pengertian promosi menurut stanton dalam bukunya suliyanto adalah kombinasi dari periklanan, personal selling dan alat promosi lainnya yang di rencanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Atau dengan kata lain agar produknya bisa terjual

Beberapa alat- alat promosi adalah :

- a. *Advertising* (periklanan)
Dalam konteks ini bisa melalui radio, televisi, surat kabar dan majalah-majalah
- b. *selling* (penjualan personal)
Dalam konteks ini bisa dengan penjualan dengan tatap muka, yaitu penjualan dengan bertemu muka dan mencoba dengan membujuk pembeli untuk membeli barang maupun jasa yang bersangkutan
- c. *Public relation* (publisitas)
Dalam konteks ini bisa konsumen yang membeli mendapatkan undian hadiah berupa mendapatkan planet pluto dan sebagainya
- d. *Sales promotion* (promosi penjualan)
Dalam konteks ini bisa melalui konser musik, pameran, demonstrasi dan pertunjukan-pertunjukan lainnya.

1. Dukungan Teknologi

Dukungan mesin, peralatan, dan teknologi merupakan hal yang urgen dalam kesuksesan sebuah bisnis. Teknologi yang bagus dan di dukung dengan teknologi yang modern mampu dan siap bersaing dengan para pendatang baru bahkan dengan kompetitor yang lama sekalipun. Berikut ini beberapa hal yang perlu dipertimbangkan pada pemilihan teknologi agar bisnis kita mampu bersaing dengan lawan dan dapat sukses (Suliyanto, 2010):

1. Kesesuaian dengan teknologi
2. Mesin dan peralatan harus sesuai dengan teknologi yang berlaku sekarang. Jika teknologi yang di gunakan tidak sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada maka prosesnya akan ketinggalan sehingga akan kalah dengan para pesaing

3. Harga perolehan
4. Harga perolehan peralatan, mesin dan teknologi harus sesuai dengan besaran biaya investasi yang di anggarkan agar tidak membebani keuangan perusahaan dalam jangka panjang
5. Kemampuan
6. Kemampuan mesin peralatan yang akan di gunakan harus sesuai dengan luas produksi yang di rencanakan. Hal ini untuk menghindari *Idle Capacity* yang akan menimbulkan pemborosan sehingga mengakibatkan kerusakan
7. Tersedianya pemasok
8. Ketersediaan pemasok jharus di pertimbangkan agar barang yang sudah di produksi mampu di distribusikan kepada konsumen
9. Tersedianya suku cadang
10. Ketersediaan suku cadang harus di analisis dengan cermat agar proses pemeliharaan dan perbaikan terhadap mesin lebih mudah dan siap ketika terjadi kerusakan
11. Kualitas
12. Kualitas mesin menentukan keawetan dan kualitas produk yang di hasilkan. Semakin berkualitas alat yang di gunakan akan semakin berkualitas barang yang akan di hasilkan
13. Umur ekonomis
14. Taksiran umur ekonomis harus sesuai dengan keberadaan bisnis yang akan di jalankan. Jangan sampai umur ekonomis terlalu pendek sehingga berdampak pada tingkat pengembalian investasi yang belum mencapai profit yang maksimal.

4. Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah merupakan aspek yang penting dalam ikut serta mensukseskan sebuah bisnis. Karena dengan adanya dukungan pemerintah maka proses regulasi yang ada tentunya mendukung pihak pihak yang berkepentingan khususnya usaha mikro kecil menengah. Dukungan pemerintah bisa melalui regulasi, bisa melalui penyaluran kredit atau bisa mealalu pelatihan

Sanusi

menejerial atau pelatihan-pelatihan yang mendukung adanya kegiatan bisnis itu sendiri

a. Akses Informasi

Pada hakikatnya, informasi adalah salah satu sumber utama dari perusahaan atau bisnis dan dapat di kelola seperti halnya sumber-sumber lain. Menurut Burch dan Grudnitski dalam Rusdiana menyatakan bahwa ada tiga pilar utama yang menentukan kualitas informasi yaitu akurat, tepat waktu dan relevan (Rusdiana: 2014). Oleh sebab itu akses informasi manajemen harus akurat, tepat dan relevan karena nantinya akan berhubungan dengan kesuksesan sebuah bisnis.

Sumber dari informasi adalah data. Data merupakan bentuk jamak dari bentuk tunggal atau data-item. Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian dan kesatuan nyata. Dalam manajemen mengakses informasi agar keputusan sesuai dengan yang di harapkan maka melalui sistem informassi organisai yaitu melalui beberapa sub-sistem informasi diantaranya adalah (Mcleod dan Scell, 2008):

1. Sistem informasi pemasaran,
2. Sistem informasi sumberdaya manusia,
3. Sistem informasi manufaktur,
4. Sistem informasi keuangan,
5. Sistem informasi eksekutif

5. Perencanaan Bisnis

Perencanaan sebuah bisnis sama halnya bagaimana kita menganalisis dari sektor manajemennya. Analisis aspek manajemen menekankan pada proses dan tahap-tahap yang harus dilakukan pada proses pembangunan bisnis dan bagaimana merencanakan secara baiak dan benar bisnis yang sudah kita jalankan apakah sudah sesuai dengan palyning atau bisnis kita kita arahkan sesuai dengan perencanaan awal karena di rasa keluar dari rencana awal.

6. Skill Kewirausahaan

Skill kewirausahaan sangat menentukan sukses dan tidaknya sebuah bisnis. Lebih-lebih dalam hal ini adalah manajer selaku

penentu pengambil keputusan atau kebijakan dalam organisasi. Sebagai seorang pengusaha, pengelola / pemilik usaha mikro dan kecil haruslah menguasai kemampuan manajerial agar dapat menjadi seorang manajer yang efektif serta efisien.

Beberapa kemampuan/skill yang harus dimiliki manajer menurut Robert Katz dalam Hani Handoko (1997) adalah :

- a. Kemampuan Konseptual (*Conceptual Skills*) adalah kemampuan mental untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan seluruh kepentingan dan kegiatan organisasi.
- b. Kemampuan Kemanusiaan (*Human Skills*) adalah kemampuan untuk bekerja dengan memahami, dan memotivasi orang lain, baik sebagai individu ataupun kelompok.
- c. Kemampuan Administratif (*Administrative Skills*) adalah seluruh kemampuan yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, penyusunan kepegawaian dan pengawasan. Kemampuan ini mencakup kemampuan untuk mengikuti kebijaksanaan dan prosedur, mengelola dengan anggaran terbatas, dan sebagainya.
- d. Kemampuan Teknik (*Technical Skills*) adalah kemampuan untuk menggunakan peralatan-peralatan, prosedur-prosedur atau teknik-teknik dari suatu aktivitas usaha tertentu, seperti prosedur akuntansi; teknik memproduksi dan menjual atau teknik permesinan yang lainnya; dan sebagainya.

7. Peran Lembaga Keuangan

Peran lembaga keuangan sangatlah vital dalam usaha bisnis, dengan adanya peran lembaga keuangan usaha yang ada mampu bertahan karena keterbatasan modal yang di miliki. Definisi secara umum yang di maksud dengan lembaga keuangan adalah setiap usaha yang bergerak di bidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana, dan atau kedua-duanya.

Dalam prakteknya lembaga keuangan di golongkan menjadi 2 golongan besar yaitu:

Sanusi

1. Lembaga keuangan bank
2. Lembaga keuangan bank dalam komponennya terdiri dari bank sentral, bank umum dan BPR.
3. Lembaga keuangan yang lain
4. Lembaga keuangan selain bank dalam komponennya terdiri dari pasar modal, pasar valuta dan pasar uang, koperasi simpan pinjam, pegadean, lesing, asuransi, dana pensiun dan kartu palstik

Diantara lembaga keuangan yang ada di atas perannya sangat signifikan dalam menentukan kesuksesan sebuah bisnis. Karena lembaga keuangan memberikan fasilitas berupa pinjaman terhadap nasabah untuk digunakan sebagai usaha bisnis dan juga menghimpun dana dari nasabah yang kelebihan modal. Dana yang di himpun yang di peroleh dari masyarakat juga pada akhirnya di salurkan lagi dalam bentuk kredit. Oleh sebab itu peran lembaga keuangan ini sangat dan sangat penting sekali.

a. Masalah yang dihadapi Usaha Kecil

Setiap bisnis pasti terdapat masalah. Masalah – masalah yang dihadapi oleh usaha kecil antara lain: 1. Permodalan dan akumulasinya, 2. Memperoleh informasi pasar, 3. Mendapatkan alih teknologi, 4. Manajemen 5. Peluang pasar, 6. Inovasi, 7. Kesempatan dalam mengembangkan, 8. Skala ekonomi, 9. Kekuatan tukar menukar (*bargaining power*)

b. Manajemen Usaha

Permasalahan disektor informal diantaranya manajemen usaha yaitu: proses atau kegiatan orang dalam usaha dengan memanfaatkan sumber-sumber yang *tersedia* bagi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Sumber-sumber yang tersedia yakni daya, dana dan sarana. (Hani, 1989).

Untuk mencapai tujuan usaha diperlukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan serta pengawasan. *Perencanaan*: Perencanaan adalah suatu kegiatan yang ditentukan sekarang, akan dilaksanakan pada masa yang akan datang.

Penyusunan rencana harus memperhitungkan 3 hal yaitu : kondisi masal lalu, keadaan sekarang danantisipasi masa yang akan datang. (Jame AF. Stonner, 1986). *Pengorganisasian*: Pengertian Pengorganisasian adalah penentuan, pengelompokan, serta pengaturan dari berbagai macam kegiatan usaha yang dianggap perlu untuk mencapai tujuan, menyuruh orang melaksanakan kegiatan- kegiatan tersebut. (T. Hani Handoko, 1989). *Penggerakan*: Penggerakan (*Actuating*) berarti tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok (keluarga)berusaha untuk mencapai sasaran, agar sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha organisasi. (James A.F. Stoner, 1986). *Pengawasan*: Pengertian Pengawasan: Pengawasan (*controlling*) sebagai proses untuk mengeliminir apa yang dilaksanakan, mengevaluasi pelaksanaan dan bila perlu menerapkan tindakan-tindakan korektif sehingga pelaksanaan sesuai rencana (Swasta, 1985).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan *survey* dengan bersifat non eksperimental. Sedangkan jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*), karena untuk menjelaskan hubungan kausal dan korelasional antar variabel melalui pengujian hipotesis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama. Populasi merupakan keseluruhan obyek penelitian sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Sedangkan sampel adalah himpunan bagian dari populasi yang menjadi obyek yang sesungguhnya.

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pengusaha UMKM klaster bordir dan konveksi yang berada di Desa Padurenen Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus. Berdasarkan data yang ada, jumlah UMKM yang ada tercatat sebanyak 180 UMKM. Berdasarkan penghitungan yang dikembangkan oleh Isaaq dan Michel, didapatkan besarnya sampel untuk jumlah tersebut adalah

Sanusi

sebanyak 119 UMKM. Sampel penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik *systematic random sampling*.

Jumlah sampel dalam penelitian ini hanya diperoleh 97 orang dari 119 jumlah rencana sampel pengusaha UMKM bordir dan konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus.

Pengembangan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung system ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antara golongan pendapatan dan antara pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan structural, yaitu meningkatkannya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Keberhasilan usaha dapat diraih dengan upaya dari berbagai pihak, baik dari upaya eksternal maupun internal. Salah satu upaya eksternal yang dilakukan antara lain melalui program dan kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk mengembangkan sektor UMKM, hasilnya selama ini cukup menggembriakan. Kegagalan yang terjadi pada umumnya disebabkan oleh modal yang kurang memadai, persaingan yang cukup ketat dan kurangnya kemampuan mengelola usaha. Dengan demikian, modal bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan sebuah bisnis akan sukses atau tidak.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor pendorong keberhasilan bisnis UMKM selanjutnya dikelompokkan dalam du kelompok besar yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi: dukungan dana, dukungan teknologi, perencanaan bisnis yang baik, dan skill kewirausahaan, Sedangkan faktor eksternal meliputi: dukungan pemerintah, kemudahan akses, dan dukungan lembaga keuangan.

Kemudahan untuk mendapatkan pasar yang sekarang bukan merupakan faktor penentu keberhasilan, namun kemudahan mendapatkana pasar baru bagi produk akan sangat menentukan perkembangan UMKM. Akses informasi ternyata sangat

menentukan perkembangan UMKM baik itu informasi yang berhubungan dengan pesaing, informasi yang berhubungan dengan peluang usaha, maupun informasi yang berhubungan dengan pengembangan produk.

Akses kemudahan perolehan modal mempengaruhi perkembangan UMKM. Semakin mudah akses memperoleh modal baik itu dari pinjaman, investor, maupun bantuan pemerintah akan semakin memudahkan peluang perkembangan UMKM, Kebijakan pemerintah yang meliputi kebijakan moneter maupun aturan wilayah industri menentukan perkembangan UMKM.

Perencanaan bisnis yang terinci dan tertulis tidak menentukan keberhasilan UMKM. Kondisi persaingan dianggap hal yang sangat wajar, sehingga tidak menentukan perkembangan UMKM. Dari sisi pengelolaan manajemen, hanya pengelolaan keuangan yang baik lah yang berdampak pada perkembangan UMKM, sedangkan aspek Sumber daya manusia, produksi dan pemasaran tidak berdampak pada perkembangan UMKM. Terakhir faktor pemanfaatan teknologi dan inovasi produk juga tidak menentukan perkembangan UMKM.

E. Simpulan

Keberhasilan usaha UMKM pada klaster bordir dan konveksi di Desa Padurenan Kudus, berdasarkan hasil penelitian ini ditentukan oleh: dukungan dana, dukungan teknologi, dukungan pemerintah, akses informasi, perencanaan bisnis, skill kewirausahaan, dan peran lembaga keuangan. Strategi pemasaran tidak terbukti berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM. Hal ini mungkin dikarenakan karena dengan model klaster dan anggotanya terorganisir dengan baik, serta jaringan pemasaran yang sudah terikat kontrak kerja, maka strategi pemasaran dipandang kurang memberikan dukungan terhadap keberhasilan usaha UMKM klaster bordir dan konveksi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, Charles. (1997). *Prinsip Psikologi untuk Perawat*. Jakarta: EGC.
- Albery & Munafo. (2011). *Psikologi Kesehatan Panduan Lengkap dan Komprehensif bagi Studi Psikologi Kesehatan*. Yogyakarta: Palmall.
- Arum, Meilisha Djati & Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2010). "Peran Sikap, Norma Subjektif & Persepsi Kendali Perilaku Dalam Memprediksi Intensi Wanita Melakukan Pemeriksaan Payudara Sendiri". *Psikobuana*, 2010, Vol.1, No.3.
- Azwar, S. (2005). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. (2013). <http://www.bps.go.id/index.php> diakses tanggal 5/8/2013 .
- Bygrave, William D. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. Singapore : John Wiley and Sons, Inc.
- Curran, M. (2007). "Family Enterprises As An Important Factor Of The Economic Development: The Case Of Slovenia". *Journal of Enterprising Culture*, 11(2): 111-130.
- Dalle, Daniel Sulekale. (2003). "Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Era Otonomi daerah". *Jurnal Ekonomi Rakyat Th.II* No. 2.
- Daniri, Mas Achmad. (2005). *Good Corporate Governance: Konsep dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia*. Jakarta: PT. Ray Indonesia.
- Deakins, S. (2006). "Competition And Knowledge In Javanese Rural Business". *Singapore Journal of Tropical Geography*, 23(1).
- Endi Sarwoko. (2008). "Kajian Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Small Business". *Journal Modernisasi Volume 4, Nomor 3, Oktober 2008*: 227.

- Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI). (2001). *Pernanan Dewan Komisaris dan Komite Audit dalam Pelaksanaan Corporate Governance*. Jakarta.
- Giifford, Pinchot III. (1985). *Intrapreneuring*. New York: Harper & Row.
- Handoko. T. Hani. (1989). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Handoko. T Hani. (1997). *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Ibrahim, Yaqub. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Rieneka Cipta: Jakarta.
- Ihat Hatimah. Dkk. (2007). *Pembelajaran Berwawasan Kemasyarakatan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Indriyatni. Lies. (2013). "Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil". *JURNAL STIE SEMARANG, VOL 5, NO 1, ISSN : 2252-7826*.
- Jhingan. (1999). *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir dan Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Koster, S & Rai, S.K.. (2008). "Entrepreneurship and Economic Development in A Developing Country: A Case Study of India". *Journal of Entrepreneurship 17 (2)*. 117-137.
- Kozier, dkk. 2011. *Buku Ajar Fundamental Keperawatan Konsep, Proses dan Praktik*. Jakarta : EGC
- Kuncoro, Mudrajad. (2000). *Teori Masalah Dan Kebijakan*. Yogyakarta : Penerbit UPP AMP YKPN.
- Mankiw, N. Gregory. (2014). *Pengantar Ekonomi Makro Edisi Asia*. Jakarta : Salemba Empat
- Moch Irfan , H. A Rusdiana. (2014). *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia
- Muslich. (2003). *Ekonomi Manajerial Alat Analisis Dan Kebijakan Bisnis*. Ekonisia: Yogyakarta,
- Nickles, McHugh, dan McHugh. (1996). *Understanding Busness*. Fifth edition. t.tp.: Mc Gran Hull.

Sanusi

- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Riyanto, Bambang. (2005). *Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sukirno, Sadono. (2004). *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sahdan, G. (2005). "Menanggulangi Kemiskinan Desa". *Jurnal Ekonomi Rakyat Th. II No. 2*.
- Sarwoko, Endi. (2008). "Kajian Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Small Business". *Journal Modernisasi, Volume 4, Nomor 3, Oktober 2008*: 227.
- Soedjatmoko. (1983). *Dimensi Manusia Dalam Pembangunan*. Jakarta: LP3ES.
- Sukirno, (Sadono). (2004). *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Sumahamijaya, Suparman. (1981). *Membina Sikap Mental Wiraswata*. Jakarta: Gunung Jati.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: PT. Salemba Empat Patra
- Swierczek, F. W, & Ha, T. T. (2007). "Entrepreneurial Orientation Uncertainty Avoidance And Firm Performance: An Analysis Of Thai And Vietnamese Smes". *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 4(1): 46-58.
- Syahyuti. (2007). "Kebijakan Pengembangan Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Sebagai Kelembagaan Ekonomi Di Perdesaan". Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. *Analisis Kebijakan Pertanian*. 5 (1): 15-25.
- Wawan & Dewi. (2010). *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.