

ISSN 1829-8176

# Journal of Management and Business Review

Volume 13 Number 1 January 2016



**PPM** SCHOOL OF  
MANAGEMENT

Journal of Management and Business Review

Vol. 13 No. 1 1 - 139

Jakarta  
January 2016

ISSN  
1829-8176

Rp 50.000,-

# Journal of Management and Business Review

Volume 13 Number 1 January 2016

Published by  
Research Center and Case Clearing House  
PPM School of Management  
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

The Journal of Management and Business Review is established in July 2004  
Publication frequency: January and July

## MANAGING EDITOR

Dr. Ningky Sasanti Munir, MBA

## ASSOCIATE EDITORS

Dr. Alexander Liang, M.Eng.  
Bramantyo Djohanputro, Ph.D.  
Dr. Dwi Idawati, MM  
Martinus Sulistio Rusli, Ph.D.  
Dr. Pepey Riawati Kurnia, MM

## EDITORIAL ADVISORY AND REVIEW BOARD

Andi Ilham said, MSOM, Ph.D.  
(PPM Manajemen)  
Prof. Dr. Conny R. R. Semiawan  
(Universitas Negeri Jakarta)  
Dr. Eka Ardianto  
(Sekolah Bisnis Prasetya Mulya)  
Prof. Darwin Sitompul  
(Universitas Sumatra Utara)  
Dr. Ir. Didit Herawan, M.B.A.  
(Universitas Bakrie)  
Drs. E. Kusumadmo, MM, Ph.D.  
(Universitas Atma Jaya Yogyakarta)  
Dr. Ir. Widyono Soetjipto, MSc.  
(Universitas Indonesia)  
Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.  
(STIE Perbanas Surabaya)

Prof. Eduardus Tandelilin  
(Universitas Gajah Mada)  
Prof. Freddy Permana Zen, D.Sc.  
(Kementrian Ilmu Pengetahuan dan Sumber  
Daya Teknologi)  
Prof. Lizar Alfansi, MBA, Ph.D.  
(Universitas Bengkulu)  
Maria Anityasari, Ph.D.  
(Institut Teknologi Sepuluh November)  
Dr. Pantri Heriyati, SE, MComm.  
(Sekolah Bisnis dan Manajemen Binus)  
Marwata, Ph.D.  
(Universitas Kristen Satya Wacana)  
Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, MSi.  
(Universitas Sebelas Maret)

Ruslan Prijadi, Ph.D.  
(Universitas Indonesia)  
Prof. Dr. Suryana Sumantri, S.Psi, MSi  
(Universitas Padjajaran)  
Tarsicius Sunaryo  
(Universitas Kristen Indonesia)  
Tina Melinda  
(Universitas Ciptura Surabaya)  
Dr. Purwanto S.K., MSi  
(Universitas Mercu Buana)  
Dr. Asep Mulyana, SE, MCE  
(Universitas Padjajaran)  
Dr. Yusak Anshori, MM., CSEP.  
(Universitas Ciptura, Surabaya)

## EDITORIAL OFFICE

Sekolah Tinggi Manajemen PPM  
Jl. Menteng Raya 9-19, Jakarta 10340, Indonesia  
Ph. (62)21 2300313 #1106 / Fax (62)21 2302040/51  
Email : rc\_cch@ppm-manajemen.ac.id  
[www.researchcase-ppm.com](http://www.researchcase-ppm.com) / [www.ppm-manajemen.ac.id](http://www.ppm-manajemen.ac.id)

# Journal of Management and Business Review

Volume 13 Number 1 January 2016

## TABLE OF CONTENTS

<p><i>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Skeptis Konsumen Pada Iklan Hijau</i> Fenny Fathiyah Zakaria Wahab</p>	1-40
<p><i>Analisis Dukungan Organisasi, Serikat Pekerja Dan Pemerintah Dalam Pengaruh Motivasi Dan Komitmen Terhadap Kualitas Hidup Buruh Perempuan Di Jabodetabek</i> Sylvia Diana Purba Christine Winstinindah Sandroto Benedicta Evienia Prabawanti</p>	41-87
<p><i>Analisis Persepsi Karyawan Terhadap Penerapan Sistem Manajemen Kinerja Pt. Xyz</i> Maria Karmelita D. Sambang, S.Kep, Ns, M.M, Prasastia Dessy Safrina, S.Kep, Ns, M.M Dr. Dwi Idawati, M.M</p>	88-106
<p><i>Faktor-Faktor Penumbuh Usaha Mikro-Kecil (Umk) Di Wilayah Kota Dan Kabupaten Bogor</i> Ujang Sehabudin Amiruddin Saleh Warcito</p>	107-121
<p><i>Karakteristik Desain Social Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan</i> Cadelina Cassandra Ratna Sari Riswan Efendi Tarigan</p>	122-139





## **Faktor-Faktor Penumbuh Usaha Mikro-Kecil (UMK) di Wilayah Kota dan Kabupaten Bogor**

Ujang Sehabudin<sup>1</sup>  
Amiruddin Saleh<sup>2</sup>  
Warcito<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor

<sup>2</sup> Departemen Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor

<sup>3</sup>Pusat Pengembangan Sumberdaya Manusia, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Institut Pertanian Bogor

### *Abstrak*

Penelitian ini bertujuan untuk mengaji faktor-faktor penumbuh UMK di masyarakat, dengan kasus UMK di wilayah Kota dan Kabupaten Bogor, khususnya UMK yang tergabung dalam Pos Pemberdayaan Keluarga (posdaya). Jumlah responden 100 orang yang tergabung dalam 20 Posdaya, masing-masing 10 Posdaya di Kota Bogor dan 10 Posdaya di Kabupaten Bogor. Responden masing-masing Posdaya berjumlah 5 orang. Penelitian berlangsung dari bulan Juni – September 2015. Pendekatan (metode) yang digunakan adalah metode *sustainable business*, yang terdiri dari aspek sosial (tingkat pendidikan, akses informasi, motivasi, pengalaman usaha, manfaat bagi lingkungan), aspek ekonomi (pemilikan asset/permodalan, akses pembiayaan, akses bahan baku/barang, pemupukan modal, jaringan usaha), dan aspek lingkungan (penanganan limbah, pemanfaatan limbah, perijinan/legalitas usaha, penciptaan wirausaha baru), dengan metode analisis menggunakan metode skoring dengan bobot yang seragam untuk setiap aspek dan masing-masing variabel.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penumbuhan usaha dan bisnis masyarakat adalah faktor sosial, faktor ekonomi, dan faktor lingkungan. Sedangkan dominasi proses dan pola penumbuhan usaha dan bisnis masyarakat di Posdaya dipengaruhi oleh faktor warisan atau turunan. Selanjutnya penumbuhan UMK dipengaruhi oleh motivasi, pengalaman usaha, manfaat bagi masyarakat, pemilikan asset, akses sumber bahan baku, pemupukan modal, jaringan pemasaran, dan penciptaan wirausaha baru. Dalam rangka pengembangan UMK perlu dilakukan pendampingan dan pelatihan bagi pelaku usaha UMK dalam mengakses teknologi, informasi, pasar, dan pembiayaan. Diperlukan upaya untuk meningkatkan motivasi wirausaha di kalangan keluarga dan masyarakat melalui pendampingan, pelatihan dan pemagangan. Fasilitasi pemerintah daerah sangat diharapkan untuk melengkapi aspek perijinan/legalitas usaha dalam meningkatkan daya saing UMK.

*Kata kunci:* faktor penumbuh usaha, UMK, Posdaya

## 1. PENDAHULUAN

Pengembangan usaha dan bisnis masyarakat khususnya usaha mikro-kecil (UMK) bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat dengan cara meningkatkan kemampuan pelaku usaha agar mampu memenuhi kebutuhannya sendiri maupun kebutuhan bersama. Proses pengembangan UMK dilakukan melalui peningkatan kapasitas UMK agar dapat menggali potensi masyarakat sehingga dapat maju dan berkembang secara bersama-sama. Proses tersebut akan berjalan efektif jika terlebih dahulu dapat diketahui faktor-faktor yang dapat mendorong pengembangan UMK. Faktor yang merupakan kunci atau prioritas kemudian diperkuat melalui pembinaan, pelatihan, pedampingan, dan fasilitasi lainnya dengan melibatkan seluruh *stakeholders* terkait, seperti pemerintah daerah, perguruan tinggi maupun dunia usaha. Pengembangan usaha dan bisnis masyarakat berkaitan dengan pengembangan kewirausahaan sosial (Dees, 1998), menyatakan bahwa kewirausahaan sosial merupakan kombinasi dari semangat

besar dalam misi sosial dengan disiplin, inovasi, dan keteguhan seperti yang lazim berlaku di dunia bisnis. Kegiatan kewirausahaan sosial dapat meliputi kegiatan: (a) yang tidak bertujuan mencari laba, (b) melakukan bisnis untuk tujuan sosial, dan (c) campuran dari kedua tujuan itu, yakni tidak untuk mencari laba, namun untuk tujuan sosial.

Isu penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat adalah melakukan upaya pengembangan kemampuan kewirausahaan yang memadai dan berkelanjutan bagi para pelaku usaha agar mampu mengakses pasar, pembiayaan, akses teknologi dan informasi serta peningkatan manajemen usaha. Tentunya kemampuan wirausaha perlu didukung oleh kemampuan berproduksi, pengolahan, pemasaran dan pengendalian mutu produk serta manajemen yang terkait dengan proses transformasi pengetahuan dan teknologi (*knowledge management*). Oleh karena itu, wirausaha perlu memiliki kemampuan dalam mencari dan menangkap peluang usaha sehingga diperlukan upaya memediasi dan memfasilitasi para pelaku



usaha melalui proses pendampingan konsultasi, fasilitasi dan bimbingan dalam kegiatan usahanya. Disisi lain, model bisnis masyarakat ini perlu keberlangsungan seperti yang dikemukakan oleh Gras, Mosakowski, dan Lumpkin (2011) menyatakan bahwa salah satu topik (dari 27 topik) penelitian kewirausahaan sosial yang penting dan menarik. Model bisnis dan bentuk organisasi sangat berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan sosial untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

Kondisi wirausaha tersebut, umumnya terjadi pada usaha mikro-kecil yang dihadapkan pada berbagai keterbatasan sebagaimana diungkapkan di atas, mencakup akses pembiayaan terhadap lembaga keuangan formal, akses pasar, dan akses teknologi dan informasi. Di samping itu, umumnya produk yang dihasilkan UMK belum terstandarisasi, sangat variatif, dan belum memiliki aspek legalitas seperti perijinan, sertifikasi P-IRT, sehingga daya saing produk relatif rendah dibandingkan produk manufaktur.

Penelitian ini menggali dan mengungkapkan faktor-faktor penumbuh usaha khususnya UMK pada anggota Posdaya di wilayah Kota dan Kabupaten Bogor. Berdasarkan latar belakang dan hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai pengembangan UMK (Saleh, A dkk 2014, Muljono dkk 2013, Warcito 2014, Bahtiar, R dkk, 2014, Sadono, D dkk 2013, Saharuddin dkk 2013, Rahmawati 2012, Muljono dkk 2010), maka penelitian tersebut penting dilakukan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi UMK dan pihak terkait seperti pemerintah daerah, lembaga pembiayaan, dan perguruan tinggi untuk turut serta berpartisipasi mengembangkan UMK sesuai dengan kompetensi dan kewenangan masing-masing.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota dan Kabupaten Bogor, dengan unit analisis adalah UMK yang tergabung dalam Posdaya. Jumlah responden adalah 100 UMK yang tergabung dalam 20 Posdaya, masing-masing 10 Posdaya di Kota Bogor dan 10 Posdaya di Kabupaten Bogor.

Jumlah responden untuk masing-masing Posdaya adalah 5 orang. Penelitian berlangsung dari bulan Juni – September 2015. Pendekatan (metode) yang digunakan adalah metode *sustainable business*, yang mencakup aspek sosial (tingkat pendidikan, akses informasi, motivasi, pengalaman usaha, dan manfaat bagi lingkungan), aspek ekonomi (pemilikan asset/permodalan, akses

pembiayaan, akses bahan baku/barang, pemupukan modal, dan jaringan usaha), dan aspek lingkungan (penanganan limbah, pemanfaatan limbah, perijinan/legalitas usaha, penciptaan wirausaha baru). Metode analisis menggunakan metode skoring dengan bobot yang seragam untuk setiap aspek dan masing-masing variabel (Tabel 1).

**Tabel 1. Nilai skoring dan kontribusi masing-masing variabel**

Aspek	Variabel	Skor <sup>a</sup>	Frekuensi <sup>b</sup>	Total Skor <sup>c</sup>
Sosial (S)	1. Pendidikan (S-1)			
	2. Akses informasi (S-2)			
	3. Motivasi (S-3)			
	4. Pengalaman usaha (S-4)			
	5. Manfaat bagi masyarakat (S-5)			
	<b>Jumlah skor aspek sosial</b>			
Ekonomi (E)	1. Pemilikan asset usaha/modal (E-1)			
	2. Akses pembiayaan (E-2)			
	3. Akses bahan baku/saprodi (E-3)			
	3. Pemupukan modal (E-4)			
	4. Jaringan/akses pasar (E-5)			
	<b>Jumlah skor aspek ekonomi</b>			
Lingkungan (L)	1. Penanganan limbah (L-1)			
	2. Pemanfaatan limbah (L-2)			
	3. Perijinan/legalitas usaha (L-3)			
	4. Penciptaan wirausaha baru			
	<b>Jumlah skor aspek lingkungan</b>			
<b>Total Skor Seluruh aspek</b>				<b>TST</b>

Keterangan :

<sup>a</sup>Skor : 1=rendah, 2=sedang, 3=tinggi

<sup>b</sup>Frekuensi = jumlah responden

<sup>c</sup>Total skor = skor x frekuensi



TSS=total skor aspek sosial;  
TSE= total skor aspek ekonomi;  
TSL = total skor aspek lingkungan;

TST = total skor seluruh aspek = TSS  
+ TSE + TSL

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Responden

Mayoritas responden berada pada kisaran usia 31-50 tahun, usia yang tergolong produktif, dengan mayoritas berpendidikan SLTA dan jenis kelamin perempuan. Responden selain sebagai ibu rumah tangga, umumnya memiliki usaha (wirausaha) sehingga sangat membantu perekonomian keluarga. Jumlah tanggungan keluarga mayoritas 3-4 orang

per keluarga. Walaupun mayoritas responden menjadi anggota Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya), 1-2 tahun, namun jumlah responden yang menjadi anggota Posdaya  $\geq 5$  tahun yaitu sejak Posdaya dibentuk (2009) cukup besar. Posdaya bagi responden merupakan wadah atau tempat anggota berkumpul, berkonsultasi dan berdiskusi untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh anggota termasuk pelaku usaha. Karakteristik responden anggota Posdaya disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Karakteristik responden UMK anggota Posdaya**

Karakteristik		Jumlah (orang)	Persentasi (%)
Umur (tahun)	1-30	10	10.00
	31-50	63	63.00
	51-60	22	22.00
	$\geq 61$	5	5.00
Pendidikan	SD/MI	24	24.00
	SMP/MTs sederajat	18	18.00
	SMA/MA sederajat	48	48.00
	Diploma 1,2,3	2	2.00
	Strata 1	8	8.00
Jenis Kelamin	Perempuan	63	63.00
	Laki-laki	37	37.00
	0	3	3.00

Sumber : dioiah (2015)

### Faktor-Faktor Penumbuh ... (Ujang S., Amiruddin S, dan Warcito)

Jumlah Tanggungan (orang)	1-2	38	38.00
	3-4	41	41.00
	≥ 5	18	18.00
Keanggotaan Posdaya (tahun)	1-2	44	44.00
	3-4	31	31.00
	≥ 5	25	25.00
Pekerjaan utama	Petani	11	11.00
	Wirausaha	71	71.00
	Karyawan	1	1.00
	PNS/TNI/POLRI	4	4.00
	Tidak bekerja	4	4.00
	Ibu rumah tangga	9	9.00

Mayoritas responden berwirausaha karena faktor turunan atau melanjutkan usaha orang tua, mencapai 48%, sedangkan karena faktor lainnya adalah lingkungan (28%) dan motivasi (24%). Tingginya proporsi faktor turunan ini lebih disebabkan karena keterlibatan responden dalam kegiatan usaha keluarga.

#### Faktor Penumbuh Usaha

Penumbuhan usaha UMK anggota Posdaya dalam rangka proses kemandirian usaha dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu faktor sosial, faktor ekonomi dan faktor lingkungan. Faktor-faktor tersebut saling bersinergi dan mendorong pengembangan usaha masyarakat. Faktor

sosial dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, akses terhadap informasi, motivasi, pengalaman usaha dan manfaat bagi masyarakat. Semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin baik akses informasi, semakin tinggi motivasi, semakin berpengalaman, dan semakin besar manfaat bagi masyarakat maka keberlanjutan usaha akan semakin terjamin. Motivasi merupakan variabel yang kontribusinya paling tinggi dalam aspek sosial penumbuhan usaha, sedangkan terendah adalah tingkat pendidikan dan akses terhadap informasi. Kontribusi masing-masing variabel sosial disajikan pada Tabel 3.



**Tabel 3. Nilai skor dan kontribusi masing-masing variabel sosial**

Variabel	Skor	Frekuensi	Total Skor	Kontribusi (%)
1. Pendidikan	1	42	42	16.94
	2	48	96	
	3	10	30	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>168</b>	
2. Akses terhadap informasi	1	54	54	17.14
	2	22	44	
	3	24	72	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>170</b>	
3. Motivasi	1	3	3	28.53
	2	11	22	
	3	86	258	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>283</b>	
4. Pengalaman Usaha	1	48	48	18.55
	2	20	40	
	3	32	96	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>184</b>	
5. Manfaat bagi masyarakat	1	26	26	18.85
	2	61	122	
	3	13	39	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>187</b>	
<b>Total</b>			<b>992</b>	<b>100.00</b>

Sumber: Data primer, diolah (2015)

Tingginya kontribusi variabel umumnya jenis usaha yang dilakukan motivasi ini menunjukkan bahwa responden adalah kegiatan perdagangan / munculnya wirausaha di masyarakat sangat *home industri* yang merupakan sektor ditentukan oleh motivasi atau keinginan informal sehingga tidak mensyaratkan kuat dari pelaku yang mau berusaha, pendidikan formal, namun lebih walaupun pengalaman usahanya relatif memerlukan keterampilan teknis yang masih terbatas. Tingkat pendidikan diperoleh melalui pelatihan atau magang. kontribusinya tergolong terendah dalam Oleh karenanya, upaya meningkatkan penumbuhan wirausaha, hal ini karena

keterampilan teknis UMK merupakan prioritas untuk pengembangan UMK.

Akses informasi termasuk informasi pasar dan harga merupakan variabel yang kontribusinya masih rendah sebagai faktor penumbuh usaha. Hal ini karena secara umum lingkup kegiatan dan target pasar produk UMK responden berada di sekitar tempat tinggal atau lingkungan. Namun demikian dalam rangka pengembangan UMK di masa mendatang, fasilitasi akses informasi ini perlu digalakkan terutama untuk kepentingan informasi pasar dan harga, baik harga sarana produksi maupun harga produk atau jasa yang dihasilkan. Di samping itu, informasi juga dapat berperan dalam pengembangan jaringan usaha.

Kegiatan usaha yang dilakukan responden memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar, antara lain penyerapan tenaga kerja dan pemanfaatan sumberdaya/sarana produksi atau bahan baku lokal. Manfaat lainnya adalah mendorong munculnya wirausaha baru, baik di lingkungan keluarga maupun masyarakat. Manfaat usaha bagi

masyarakat sekitar ini menempati urutan kedua dari segi kontribusi setelah motivasi.

Aspek ekonomi merupakan aspek kedua penumbuh usaha yang mencakup variabel pemilikan asset/permodalan usaha, akses pembiayaan, akses sumber bahan baku/saprodi/barang, pemupukan modal (*capital formation*), dan jaringan usaha/pemasaran. Semakin tersedia dan atau semakin tinggi akses terhadap kelima variabel tersebut, semakin cepat usaha dapat tumbuh. Variabel yang kontribusinya tertinggi adalah pemilikan aset/pemodalan. Tingginya kontribusi variabel ini menunjukkan bahwa UMK memerlukan permodalan atau asset yang cukup memadai pada awal mulai usaha, tanpa permodalan awal akan sulit melakukan usaha. Kontribusi masing-masing variabel dalam aspek ekonomi disajikan pada Tabel 4.



**Tabel 4. Nilai skoring dan kontribusi masing-masing variabel ekonomi**

Variabel	Skor	Frekuensi	Total Skor	Kontribusi (%)
1. Pemilikan asset/permodalan usaha	1	11	11	23.10
	2	35	70	
	3	54	162	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>243</b>	
2. Akses pembiayaan	1	43	43	15.40
	2	51	102	
	3	6	18	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>162</b>	
3. Akses sumber bahan baku/sarana produksi/barang	1	26	26	20.72
	2	30	60	
	3	44	132	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>218</b>	
4. Pemupukan modal ( <i>capital formation</i> )	1	22	22	22.62
	2	18	36	
	3	60	180	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>238</b>	
5. Jaringan pemasaran produk/jasa	1	49	49	18.16
	2	11	22	
	3	40	120	
	<b>Sub-jumlah</b>		<b>191</b>	
<b>Total</b>			<b>1052</b>	<b>100.00</b>

Sumber: Data primer, diolah (2015)

Variabel ekonomi yang kontribusinya terendah adalah akses pembiayaan, menunjukkan bahwa pelaku UMK umumnya menghadapi kendala akses terhadap pembiayaan terutama sektor perbankan, karena terbatasnya atau tidak adanya jaminan (agunan) sebagai salah satu persyaratan utama memperoleh

pembiayaan perbankan. Dari total responden, hanya 11% yang telah mengakses pembiayaan dari lembaga perbankan, yaitu BRI, BJB, BTPN, Danamon dan BMT atau 17,5% dari jumlah responden yang mendapatkan pinjaman. Sumber pinjaman mayoritas yang dapat diakses responden adalah Koperasi Posdaya

Indonesia (KPI) yang mencapai 68% dari jumlah responden yang dapat mengakses pinjaman (Tabel 5).

Oleh karena itu, peningkatan akses pembiayaan yang mudah dan murah mutlak disiapkan pemerintah untuk mendorong pengembangan sektor UMK di masa mendatang, misalnya melalui penyediaan kredit bersubsidi atau kredit tanpa agunan. Jika tidak difasilitasi pemerintah, maka akselerasi pengembangan sektor UMK akan sulit terwujud.

Variabel ekonomi lainnya yang kontribusinya cukup rendah adalah jaringan pemasaran (akses pasar). Produk UMK

umumnya dicirikan dengan keragaman kualitas dengan jaminan kesehatan atau keamanan pangan yang masih rendah. Di samping itu seringkali *unit cost* produk UMK lebih tinggi sehingga sulit bersaing dengan produk manufaktur. Hal ini menyebabkan produk UMK sulit menembus pasar, termasuk pasar tradisional sekalipun. Oleh karena itu, upaya kemitraan dengan pihak lain melalui fasilitasi pemerintah sangat diperlukan untuk membuka jaringan pasar sehingga dapat bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan manufaktur.

**Tabel 5. Sumber pembiayaan usaha responden**

No	Pembiayaan Usaha		Jumlah
1	Sumber pembiayaan usaha (%)	Modal sendiri	53
		Pinjaman	47
2	Lembaga sumber pembiayaan (%)	Bank	17,5
		Bantuan program	4,8
		Keluarga	1,6
		KPI	66,7
		Koperasi lainnya	9,5
3	Besar pinjaman (Rp juta)	Bank	2,5 – 200
		Bantuan/kredit program	25 - 200
		KPI	0,25 - 20
		Keluarga	1
		Koperasi lainnya	0,25 - 15

Sumber: data primer, diolah (2015).



Terhadap pinjaman pembiayaan usaha, jumlah responden yang mengungkapkan bahwa jumlah realisasi pinjaman lebih rendah dari pengajuan/kebutuhan, persentasi mencapai 17%. Demikian pula halnya dengan jangka waktu pinjaman dan lamanya proses pengajuan sampai realisasi masih perlu

dibenahi, walaupun mayoritas responden menyatakan cukup baik. Mengenai besarnya bunga dan persyaratan administrasi pinjaman, mayoritas responden menyatakan cukup bahkan ringan. Persepsi responden terhadap pinjaman disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6. Persepsi responden terhadap pinjaman**

Aspek Pinjaman	Penilaian	Persentasi (%)
Kesesuaian Pinjaman	Lebih rendah dari pengajuan	29.31
	Sesuai dgn pengajuan	70.69
Tanggapan terhadap bunga/jasa	Berat	3.45
	Cukup	24.14
	Ringan	72.41
Tanggapan terhadap Jangka waktu	Singkat	17.24
	Cukup	60.34
	Lama	22.41
Tanggapan persyaratan	Berat	1.72
	Cukup	17.24
	Ringan	81.03
Tanggapan lama pengajuan	Lambat	12.07
	Cukup	22.41
	Singkat	65.52

Sumber: data primer, diolah (2015)

Faktor penumbuh usaha berikutnya adalah faktor lingkungan yang mencakup penanganan limbah, pemanfaatan limbah, pemenuhan aspek legalitas usaha/perijinan, dan penciptaan wirausaha baru. Aspek lingkungan saat ini merupakan pertimbangan khusus terutama dalam rangka perdagangan produk antar negara.

Slogan produk ramah lingkungan atau *environmental friendly* merupakan salah satu syarat suatu produk untuk memasuki pasar ekspor, seperti CPO untuk memasuki pasar Uni Eropa. Kontribusi masing-masing variabel lingkungan disajikan pada Tabel 7.

**Tabel 7. Nilai skor dan kontribusi masing-masing variabel lingkungan**

Variabel	Skor	Frekuensi	Total Skor	Kontribusi (%)
1. Penanganan limbah produksi	1	67	67	25.68
	2	14	28	
	3	19	57	
	Sub-jumlah		152	
2. Pemanfaatan limbah	1	74	74	23.48
	2	13	26	
	3	13	39	
	Sub-jumlah		139	
3. Perijinan/legalitas usaha	1	86	86	19.26
	2	14	28	
	3	0	0	
	Sub-jumlah		114	
4. Penumbuhan wirausaha baru	1	44	44	31.59
	2	25	50	
	3	31	93	
	Sub-jumlah		187	
<b>Total</b>			<b>592</b>	<b>100.00</b>

Sumber: Data primer, diolah (2015)

Variabel penumbuhan wirausaha baru merupakan variabel yang kontribusinya terbesar dalam aspek lingkungan dibandingkan variabel lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan UMK dapat mendorong tumbuhnya wirausaha baru di lingkungan keluarga atau sekitar tempat tinggal dimana usaha tersebut berada. Dengan demikian, pengembangan UMK di masyarakat memerlukan *trigger* terutama dari pelaku usaha yang sudah berjalan yang ada di sekitarnya. Jika terdapat pelaku usaha yang sukses, maka akan ditiru oleh orang lain di sekitarnya. Kondisi ini dapat dimanfaatkan dengan baik untuk menumbuhkan



wirausaha baru melalui pemanfaatan atau fasilitasi pelaku usaha yang ada yang sudah terlebih dahulu berjalan melalui pendampingan atau magang.

Sementara itu, perijinan usaha merupakan variabel yang kontribusinya paling rendah. Hal ini dapat dipahami mengingat sektor UMK umumnya merupakan usaha informal yang umumnya merupakan usaha keluarga, sehingga perijinan belum sepenuhnya dipahami dan dilakukan, bahkan mayoritas tidak memiliki ijin, walaupun ada, hanya sebatas ijin domisili dari desa atau kelurahan. Pelaku usaha UMK selain menganggap belum memerlukan ijin, juga masih beranggapan bahwa proses pengurusan perijinan seperti SIUP, TDP, PIRT dan sertifikat halal, memerlukan waktu dan biaya yang tidak murah. Oleh karena itu, pemerintah daerah melalui SKPD terkait seperti Dinas Perdagangan, Dinas Perindustrian dapat memfasilitasi proses perijinan sektor UMK tersebut. Di samping itu, perlu adanya sosialisasi pentingnya perijinan dalam rangka penjaminan kualitas produk dan

pemasaran terutama jika produk dipasarkan di pasar modern bahkan pasar ekspor.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi penumbuhan usaha UMK adalah faktor sosial, faktor ekonomi, dan faktor lingkungan. Motivasi merupakan variabel yang kontribusinya tertinggi terhadap penumbuhan usaha untuk aspek sosial sedangkan variabel pemilikan asset/permodalan untuk aspek ekonomi, dan variabel penumbuhan wirausaha baru untuk aspek lingkungan.

##### **Saran**

Perlunya upaya meningkatkan motivasi wirausaha di kalangan keluarga dan masyarakat melalui pelatihan, pendampingan dan pemagangan dengan melibatkan wirausaha yang ada di sekitarnya. Demikian pula halnya untuk meningkatkan permodalan UKM, diperlukan fasilitasi pemerintah daerah untuk kemudahan akses pembiayaan terhadap lembaga keuangan melalui kredit. Demikian juga halnya dengan fasilitasi

pemerintah daerah untuk kemudahan perijinan usaha perlu ditingkatkan.

Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UKM di bidang penanganan dan pengolahan limbah, peningkatan kemampuan teknis produksi dan manajemen usaha, serta akses pembiayaan dan akses informasi yang lebih komprehensif.

**Daftar Pustaka**

- Bahtiar, R dan Warcito. 2014. Peran Tabungan dan Kredit Pundi Sejahtera bagi Keluarga Pra Sejahtera. Prosiding Seminar Nasional Universitas Trilogi, Jakarta.
- Dees, G.J. 1998. *The meaning of social Entrepreneurship, Paper*, Stanford: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Stanford University.
- Gras, Mosakowski, Lumpkin. 2011. *Gaining Insights from Future Research Topics in Social Entrepreneurship: A Content-Analytic Approach*, Emerald Group Publishing Limited, pp.25–50
- Muljono P, Burhanuddin, R.Virianita. 2013. Pemetaan Perkembangan Posdaya Untuk Meningkatkan Kualitas Program Pemberdayaan Masyarakat. Laporan Penelitian. Kerjasama Dikti dan IPB. Bogor
- Muljono P, Clara M. Kusharto, N. Rochimawati. 2010. Pengembangan Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya): Upaya Pemberdayaan Masyarakat Lingkar Kampus. Laporan Penelitian Strategis Aplikasi. Kerjasama Dikti dan IPB. Bogor.
- Sadono, D, Saharuddin, Yusalina. 2013. Hubungan Pola Pendampingan Dengan Kepuasan Masyarakat terhadap Program Posdaya. Laporan Penelitian. Kerjasama Dikti dan IPB. Bogor
- Saharuddin, D. Sadono, R. Virianita. 2013. Respon Masyarakat terhadap Forum Pemberdayaan Masyarakat dengan Model Posdaya. Laporan Penelitian. Kerjasama Dikti dan IPB. Bogor
- Saleh, A. Rokhani, R.Bahtiar. 2014. Pengembangan Modal Sosial dan Kewirausahaan melalui Posdaya. Laporan Penelitian. Kerjasama Dikti dan IPB. Bogor
- Warcito. 2014. Analisis Strategi Pengembangan Program Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya) Di Kota Bogor dan Kabupaten Bogor. Jurnal Manajemen Universitas IBN Khaldun, Bogor. Vol 5 No.2/2014.

