

MODEL PENGEMBANGAN WIRAUSAHAWAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) YANG SUKSES

Tedy Ardiansyah

Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Indraprasta PGRI
Email: teddyappi@gmail.com

ABSTRACT

Small Medium Enterprises (SME) activity has the most important role to progress the economy because this sector has been tested which has durability toward the economic crisis. SME provides greater employment opportunities, it can improve the welfare of society. But in reality, it is not easy to imagine. SME has also many problems, where a small business often face the test of nature with various difficulties, such as capital obstacle, human resources, government policy always changes, business location, competition, technology development and others. It is mentioned above as tweedledum and tweedledee. It is the same situation as entrepreneurs. Being a good entrepreneur can not easy to be realized, a lot of things need to be learned so it can open minded, it's not enough only has well experiences but also has skills. Working hard without perseverance will be void and includes resistance toward the temptation that disturb in business activities. All of the above problems should have tricks so that the goal of entrepreneurship becomes successful.

Keywords: SME, Change, Regeneration, Threat, Entrepreneurship, Capital, Temptation, Cluster and Perseverance.

ABSTRAK

Kegiatan UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan perekonomian karena sektor ini telah teruji memiliki daya tahan terhadap krisis ekonomi. UMKM menyediakan lapangan kerja yang luas yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun kenyataan tersebut diatas ternyata tidak semudah dibayangkan UMKM juga memiliki beberapa permasalahan, dimana Usaha kecil sering menghadapi ujian-ujian alam dengan berbagai kesulitan, seperti kendala modal, sumber daya manusia, sikap pemerintah yang berubah-ubah, lokasi usaha, persaingan, perkembangan teknologi, dan sebagainya. Hal tersebut diatas setali tiga uang dengan halnya Wirausahawan, Menjadi Usahawan yang sukses tidak mudah untuk diwujudkan, banyak hal yang perlu dipelajari hingga dapat membuka wawasan, tidak cukup hanya dengan pengalaman tetapi juga harus dilengkapi dengan keahlian, Kerja keras tanpa keuletan akan menjadi hampa dan termasuk tahan terhadap godaan yang mengganggu dalam kegiatan usaha. Tentunya hal tersebut diatas harus mempunyai trik atau kiat-kiat sehingga tujuan dalam berwirausaha menjadi berhasil.

Kata Kunci: UMKM, UKM, Perubahan, Regenerasi, Ancaman, Entrepreneurship, Permodalan Godaan, Cluster, Keuletan.

PENDAHULUAN

Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah atau disingkat UMKM, sering kita temui dan jumpai dimana-mana baik pada surat kabar, majalah, seminar, tivi, SosMed, dari mulut ke mulut maupun kegiatan di perbankan. Semua orang ingin menjadi pengusaha atau wirausahawan yang sukses, dan dari mana lagi kegiatan ini dimulai kalau bukannya dari usaha rintisan (kecil)?

Memang lima tahun belakangan ini usaha-usaha kecil mendapat perhatian yang sangat besar. Mereka memiliki daya survival yang sangat tinggi dan terbukti mampu mengatasi pengangguran serta berperan besar dalam perekonomian Indonesia.

Data dari Biro Pusat Statistik (BPS) mengeluarkan statistik tahun 2012 menyangkut

UMKM, dimana jumlah UMKM 56, 5 Juta dengan pertumbuhan jumlah UMKM 2.41%, sedangkan jumlah tenaga kerja UMKM yang mana menciptakan lapangan kerja adalah 107, 6 juta dengan pertumbuhan jumlah tenaga kerja UMKM adalah 5,83%, sumbangan PDB UMKM 1,504 Milyar dengan pertumbuhan sumbangan PDB UMKM adalah 9,90% dan terakhir Nilai ekspor UMKM adalah 208 Milyar dengan pertumbuhan nilai ekspor UMKM 11%.

Usaha-usaha mikro dan kecil ini secara kasat mata dapat kita lihat. Mereka ada di perumahan, dibangun dari garasi atau dapur rumah, tampak di tepi-tepi jalan, mulai dari kuliner sampai bengkel mobil dan sepeda motor, dari tape ketan sampai garam dapur, dari batik sampai kain bordir, dari barang-barang kerajinan sampai mikrohidro.

Tabel 1. Tabel Perkembangan UMKM dari data BPS

No.	Indikator	Satuan	2012
1	Jumlah UMKM	Unit	56 534 592
2	Pertumbuhan Jumlah UMKM	Persen	2,41
3	Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Orang	107 657 509
4	Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Persen	5,83
5	Sumbangan PDB UMKM (harga konstan)	Rp. Miliar	1 504 928,20
6	Pertumbuhan sumbangan PDB UMKM	Persen	9,90
7	Nilai Ekspor UMKM	Rp. Miliar	208 067,00
8	Pertumbuhan Nilai Ekspor UMKM	Persen	11,00

Usaha-usaha kecil ini memiliki daya survival tinggi karena mereka tumbuh secara alamiah. Ibarat pohon di dalam hutan, akarnya menghunjam dalam ke tanah dan batangnya kokoh menjulang kelangit. Walaupun bisnisnya overcrowded, tapi pohon-pohon ini mengakar dan hidup berdampingan dengan ekosistem di sekitarnya. Mereka saling memberi kehidupan. Usaha kecil juga menghadapi ujian-ujian alam dengan berbagai kesulitan, seperti kendala modal, sumber daya manusia, sikap pemerintah yang berubah-ubah, lokasi usaha, persaingan, perkembangan teknologi, dan sebagainya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data

kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dari buku, jurnal maupun situs internet yang berhubungan dengan konsep model pengembangan Wirausahawan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sedangkan data kuantitatif berhubungan dengan data pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan data kuantitatif lain yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Dengan analisis deskriptif akan didapatkan gambaran yang jelas mengenai model Pengembangan Wirausaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) guna menjadikan wirausahawan UMKM yang sukses.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hal yang paling dasar adalah memahami dahulu arti dari kewirausahaan, Menurut Robert

D. Hisrich yang sudah diterjemahkan (2008: 10), Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Definisi ini menekankan empat aspek dasar dari menjadi seorang pengusaha. *Pertama*, Kewirausahaan melibatkan proses penciptaan-menciptakan suatu nilai baru. Penciptaan haruslah mempunyai nilai bagi pengusaha dan bagi pelanggan untuk siapa ciptaan tersebut dikembangkan. Pelanggan dapat berupa (1) pasar pembeli organisasi untuk inovasi bisnis, (2) administrasi rumah sakit untuk prosedur atau peranti lunak baru, (3) calon murid untuk sebuah kursus baru atau bahkan kuliah kewirausahaan, atau (4) pengguna untuk jasa baru yang disediakan oleh sebuah badan nirlaba. *Kedua*, Kewirausahaan menuntut sejumlah waktu dan upaya yang dibutuhkan. Hanya mereka yang melalui proses kewirausahaan yang menghargai sejumlah besar waktu serta upaya yang dibutuhkan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan menjadikannya beroperasi. *Ketiga* dari definisi tersebut melibatkan penghargaan menjadi seorang pengusaha. Penghargaan yang paling penting adalah kebebasan, lalu kepuasan pribadi. Bagi seorang pengusaha pencari laba, penghargaan moneter adalah juga penting. Bagi beberapa pengusaha pencari laba, uang menjadi indikator tingkat sukses yang dicapai. Menanggung risiko yang dibutuhkan adalah aspek akhir dari kewirausahaan. Karena tindakan membutuhkan waktu, sedangkan hasil di masa yang akan datang tidak dapat diprediksi, maka hasil dari tindakan tersebut mengandung ketidakpastian. Lebih jauh lagi, ketidakpastian ini kemudian diperkuat dengan sifat dasar yang khas dalam tindakan wirausahawan, seperti penciptaan produk baru, jasa baru, usaha baru dan lain sebagainya. "Pengusaha harus memutuskan untuk bertindak bahkan ketika menghadapi ketidakpastian rentang hasil dari indikannya. Selanjutnya Pengusaha akan merespons dan menciptakan perubahan melalui tindakan kewirausahaan (*entrepreneurial action*), sedangkan tindakan wirausaha mengacu pada perilaku sebagai bentuk tanggapan atas keputusan yang didasarkan pada pertimbangan ketidakpastian mengenai peluang

yang mungkin untuk mendapatkan keuntungan".

Wirausahawan harus memahami lebih dahulu mengenai Asas, Prinsip dan Tujuan Pemberdayaan UMKM, dimana ini akan membantu dalam proses kewirausahaan sehingga tidak adanya hambatan dalam mencapai suatu tujuan, menurut Leonardus Saiman (2014: 7-9) bahwa Asas-asas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus mengacu pada BAB II, Pasal 2 beserta penjelasannya pada Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), asas-asas UMKM diantaranya:

- a. Asas kekeluargaan, yaitu asas yang melandasi upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efiseinsi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.
- b. Asas demokrasi ekonomi, yaitu pemberdayaan UMKM diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangunan perekonomian nasional untuk mewujudkan kemakmuran rakyat.
- c. Asas kebersamaan, yaitu asas yang mendorong peran seluruh UMKM dan dunia usaha secara bersama-sama dalam ketiatannya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.
- d. Asas efisiensi berkeadilan, yaitu asas yang mendasari pelaksanaan pemberdayaan UMKM dengan mengedepankan efisiensi berkeadilan dalam usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang adil, kondusif, dan berdaya saing.
- e. Asas keberlanjutan, yaitu asas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri.
- f. Asas berwawasan lingkungan, yaitu asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.

- g. Asas kemadirian, yaitu asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap menjaga dan mengedepankan potensi, kemampuan dan kemandirian UMKM
- h. Asas keseimbangan kemajuan, yaitu asas pemberdayaan UMKM yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional.
- i. Asas kesatuan ekonomi nasional, adalah asas pemberdayaan UMKM yang merupakan bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional

Prinsip dan tujuan pemberdayaan UMKM

Berdasarkan BAB II, Pasal 4 dan Pasal 5 UU no. 20 tahun 2008 tentang UMKM, prinsip dan tujuan pemberdayaan UMKM sebagai berikut;

1. Prinsip pemberdayaan UMKM
 - a. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan dan kewirausahaan UMKM untuk ber-Karya dengan prakarsa sendiri
 - b. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan
 - c. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM
 - d. Peingkatan daya saing UMKM dan Penyelenggaraan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian secara terpadu
2. Tujuan pemberdayaan UMKM
 - a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan
 - b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri dan
 - c. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dan Kemiskinan.

Menjadi Usahawan yang sukses tidak mudah untuk diwujudkan, banyak hal yang perlu dipelajari hingga dapat membuka wawasan, tidak cukup hanya dengan

pengalaman tetapi juga harus dilengkapi dengan keahlian, Kerja keras tanpa keuletan akan menjadi hampa dan termasuk tahan terhadap godaan yang mengganggu dalam kegiatan usaha. Tentunya hal tersebut diatas harus mempunyai trik atau kiat-kiat sehingga tujuan dalam berwirausaha menjadi berhasil.

Pendapat Rhenald Kasali (2012:17-22) Kiat-kiat pelaku usahawan yang dapat diambil secara empiris adalah

1. Usaha apa pun selalu menghadapi perubahan-perubahan yang bersifat evolusioner dan revolusioner. Yang kerap ditakuti adalah perubahan yang revolusioner karena sering kali terjadi secara mendadak. Padahal, perubahan yang revolusionerlah yang sering kali membuka mata kita. Semua pelaku usaha takut pada perubahan yang sifatnya revolusioner, yaitu perubahan yang berjalan sedikit demi sedikit, karena tidak disadari. Perubahan itu terjadi dari hari ke hari, tiba-tiba kita mendapati diri kita, usaha kita, hidup kita, sudah tertinggal jauh di belakang karena tidak menyesuaikan diri.

Supaya berhasil, maka para pelaku usaha harus sensitif terhadap perubahan apa pun yang terjadi di luar dirinya dan jangan hanya terpaku mengurus operasional usaha. Dengan kata lain, pergaulan, membaca berita, mengikuti perkembangan, berdialog dengan pelaku usaha lainnya, membangun hubungan dengan dunia perbankan dan para pemasok teknologi, merupakan harga mutlak yang harus sering dilakukan. Inilah yang disebut dengan membuka jendela. Pendapat serupa dari Thomas W. Zimmerer et al. (2005) Dalam Leonardus Saiman (2014 ; 44) Mengenai perubahan dimana diambil dari rumus manfaat berkewirausahaan yaitu Memberi peluang untuk melakukan perubahan : Semakin banyak pebisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai untuk keluarga atau mendirikan program daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas, pebisnis kini menemukan cara untuk mengkombinasikan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dan sosial dengan harapan

untuk menjalani kehidupan yang lebih baik. Pendapat lain dari Hendro (2011: 28-29) mengenai Perubahan, ada beberapa faktor yang menstimulus *spirit of entrepreneurship*, yaitu:

- a. Evolusi Produk, Perubahan produk akan menimbulkan perubahan kebutuhan yang memunculkan sebuah peluang baru.
- b. Evolusi Ilmu Pengetahuan, Perubahan ilmu pengetahuan akan menimbulkan inspirasi produk baru dan begitu seterusnya.
- c. Perubahan Gaya hidup, selera dan hobi, Perubahan gaya hidup akan menimbulkan keinginan akan produk yang berbeda.
- d. Perubahan Teknologi, Berkembangnya teknologi dan semakin canggihnya teknologi akan menciptakan produk, suasana dan gaya hidup yang berbeda.
- e. Perubahan Budaya, Berkembangnya gaya hidup, pendapatan, selera, teknologi dan sebagainya akan mengubah budaya seseorang, sehingga hal ini mempengaruhi kebutuhan akan produk yang berbeda di setiap tempat.
- f. Perubahan Struktur pemerintahan dan politik, Perubahan politik akan mempengaruhi perubahan struktur pemerintahan yang berujung pada perubahan peraturan, kebijakan dan arah perekonomian sehingga munculah gap kebutuhan akan produk yang lalu dan pasca perubahan.
- g. *Intrapreneurship*, Kemampuan *Intrapreneurship* (*entrepreneurship* di dalam sebuah perusahaan internal) yang semakin baik dan kuat akan memunculkan gairah entrepreneur. Hal ini disebabkan karena kreativitas, inovasi, ketatnya persaingan, hasrat ingin tantangan yang lebih baru, perubahan organisasi, dan lain-lain. Jadi, Organisasi secara tidak langsung mengembangkan jiwa *entrepreneurship* seseorang. Ditambahkan pula Justin G. Longenecker (2001 : 15 & 18) konteks berubahnya bisnis berskala kecil, menghadirkan tantangan antara lain:
 - (1) Pertumbuhan *superstore*, Jika anda memiliki toko yang kecil dan dimasuki oleh *superstore* modern, tak perlu berpikir panjang untuk menyadari

bahwa anda berada dalam masalah besar. Meskipun perubahan dunia bisnis menancam kehidupan perusahaan dan bahkan menghancurkan, bisnis berskala kecil saat ini harus menghadapi tantangan yang ada dengan semangat wirausaha. Banyak perusahaan bertahan hidup jika mereka tampil bersaing, (2) Perluasan teknologi informasi dan internet, (3) Timbulnya perekonomian global

2. Pentingnya Regenerasi. Para pelaku UKM selalu mengandalkan keluarga sebagai sumber penerus usaha. Keluarga yang dimaksud tentu saja buka hanya hubungan keluarga secara vertikal antara orangtua dan anak, tetapi juga antara paman dengan keponakan. Ini berarti sesungguhnya sumber daya untuk pengembangan usaha keluarga atau usaha kecil sangat terbatas. Karena terbatas itulah maka para pelaku UKM harus sudah memikirkan proses transfer kepemimpinan sedari awal. Mengapa demikian ? sebab tidak semua keturunan ingin melanjutkan usah tersebut. Sebab, semakin tinggi seorang penerus disekolahkan, semakin besar kemungkinan seseorang ingin meninggalkan dunia usaha kecil. Kalau mereka mau menjadi pengusaha, mereka bisa saja gemas ingin membesarkannya, tapi kalau tidak, mereka pun ingin membunuhnya. Maka alternatifnya, kalau mereka dibimbing dengan baik, mereka dapat menjadi sumber transformasi perusahaan yang dapat diandalkan. Menurut pendapat John E.Schoen dan Justin G. (1978;1-6), "*Management Succession in the Family Business*" bahwa pentingnya regenerasi atau melakukan suksesi, dilakukan secara terencana dengan baik sehingga perpindahan tampuk pimpinan dapat berjalan dengan baik antara orang tua dan anak, dimana langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:
 - a. Tahap prabisnis, dalam tahap I, seorang pengganti yang berpotensi diperkenalkan dengan bisnis sebagai bagian yang sedang berkembang. Tidak ada perencanaan formal untuk mempersiapkan anak dalam memasuki bisnis pada tahap awal ini. Ini semata-mata membentuk fondasi bagi tahap

- b. Tahap pengenalan, dalam tahap II, juga meliputi pengalaman yang terjadi sebelum sipengganti tersebut cukup umur untuk memulai kerja paruh waktunya dalam bisnis keluarga. Ini berbeda dari Tahap I.
- c. Tahap Pengenalan Fungsi, dalam tahap III, anak-anak sering mulai berfungsi sebagai karyawan paruh waktu, selama liburan atau seusai sekolah. Pada tahap ini anak-anak mengembangkan pengalamannya dengan beberapa orang penting yang bekerja diperusahaan.
- d. Tahap Pelaksanaan Fungsi, Tahap IV, dimulai ketika pengganti yang potensial tersebut menjadi karyawan tetap. Biasanya sesuai dengan pendidikan formalnya. Awalnya untuk memasuki posisi manajemen, bekerja sebagai seorang akuntan penjual atau sejenisnya.
- e. Tahap Pengembangan Fungsi, Tahap V, begitu pengganti yang berpotensi tersebut memikul tugas sebagai pengamat. Dia mulai memasuki tahap pengembangan fungsi. Posisi manajemen pada tingkat ini melibatkan pengarahan kerja orang lain, tapi tidak mengelola keseluruhan perusahaan.
- f. Tahap Pergantian awal, dalam tahap VI, anak-anak disebut presiden atau general manager bisnis. Di dalam perusahaan, dia adalah kepala bisnis, tapi orang tua masih mengamati.
- g. Tahap Kedewasaan pengganti, Tahap VII, dicapai ketika proses transisi dilengkapi. Pengganti tersebut memimpin perusahaan sesuai dengan jabatan yang ada padanya.

Hal ini serupa juga diberikan pendapat oleh Desi Masitah dan M. Edwar (2013: 13) melalui penelitian yang dilakukan secara kuantitatif empiris, bahwa Variabel peran keluarga dan praktik kewirausahaan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kewirausahaan (uji F) dan Variabel yang paling berpengaruh dalam sikap kewirausahaan adalah variabel praktek aplikasi kewirausahaan (Uji t), sehingga hal ini menjadikan pokok bagian penting untuk:

- a. Peran keluarga dan praktik kewirausahaan harus lebih ditekankan secara intensif
- b. Praktik kewirausahaan memberikan pengaruh yang paling dominan dan berpengaruh signifikan terhadap sikap kewirausahaan
- c. Interaksi dan memperoleh wawasan pengalaman dari keluarga hal yang menjadi penting.

Gambar 1.
Model Suksise dalam bisnis keluarga



Sependapat juga dikemukakan oleh Wasty Soemanto (1992, 96), agar orang tua dapat mendidik anaknya sebagai regenerasi yang mempunyai jiwa wiraswasta berhasil, maka kepada orang tua dituntut untuk memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Orang tua hendaknya mengenal arti dan ciri-ciri manusia wiraswasta
 - b. Orang tua hendaknya mengenal perkembangan jiwa dari masing anak-anaknya
 - c. Orang tua hendaknya menciptakan situasi belajarkewiraswataan dilingkungan keluarga adalah penempatan nilai-nilai kepribadian pada anak-anak
 - d. Orang tua sebaiknya mempunyai bekal pengetahuan minimal mengenai usaha wiraswasta
3. Usaha kecil menghadapi ancaman yang sangat besar dari pelaku usaha-usaha besar.

Para pelaku usaha besar inimemiliki skala ekonomis yang juga besar sehingga mereka memiliki efisiensi. Kalau produk usaha kecil ini tidak dapat dijadikan produksi massal, maka masa depan mereka sangat terancam. Seperti yang terjadi dalam industri kecap dalam botol. Dulu, hampir setiap kota kecil di Indonesia selalu memiliki merek-merek lokal. Berikut ini adalah nama-nama merek kecap yang mungkin dulu begitu akrab di lidah anda; kecap Udang Sari dan kecap Sindang Sari (Cirebon), kecap Kuda Jempol (kediri), kecap Sulang (Rembang), kecap Sukasari (Semarang), kecap Korma (Jakarta), kecap Zebra (Bogor), kecap Kunci (Karawang), kecap Benteng (Tangerang), kecap Kenarie (Surabaya), kecap Maja Menjangan (Majalengka), kecap Jamburi (Blitar), dan seterusnya. Kemana mereka sekarang ?. Untuk mendukung hal tersebut, serupa disampaikan oleh Rambat Lupiyoadi (2007: 48) Hal-hal yang mempengaruhi kegagalan Usaha Kecil, paling tidak ada empat faktor yang ikut mendorong gagalnya suatu bisnis kecil. Pertama, banyak usaha kecil yang dikelola oleh manajer yang kurang mampu dan kurang berpengalaman dalam menjalankan tugasnya. Kedua, kurangnya dukungan dari

pihak yang berhubungan. Sering setelah peresmian usaha dilakukan banyak wirausaha yang mendapat tawaran untuk menjalankan usaha baru, sehingga perhatiannya tidak dipusatkan pada usaha tersebut. Ketiga, masih lemahnya sistem kontrol/ pengawasan, dimana sistem pengontrolan yang lemah cenderung akan menyebabkan kerugian dan penggunaan sumber daya-sumber daya yang berlebihan. Terakhir adalah masalah kurangnya modal untuk menjalankan usahanya.

Hal serupa juga disampaikan oleh Tulus T.H. Tambunan (2002: 81) bahwa hasil survey BPS terhadap wirausaha menunjukkan bahwa masalah yang paling sering disebut adalah keterbatasan modal dan kesulitan dalam pemasaran. Salah satu hal yang menarik dari hasil survey ini adalah bahwa keterbatasan SDM dan teknologi modern ternyata tidak merupakan masalah yang serius bagi banyak wirausahawan. Dalam perkataan lain, kebanyakan dari mereka tidak merasa bahwa kualitas pekerja dan tingkat teknologi dalam bentuk jenis mesin dan alat-alat produksi yang mereka miliki sebagai penghambat perkembangan usaha mereka. Pada Hal sering dikatakan bahwa keterbatasan akan dua faktor penting tersebut merupakan salah satu penyebab rendahnya kinerja atau daya saing UKM. Namun demikian secara tidak langsung, kesulitan dalam pemasaran dapat juga dilihat sebagai salah satu akibat dari rendahnya kualitas dari produk yang dibuat, dan hal terakhir ini ada kaitannya dengan rendahnya kualitas pekerja dan pengusaha serta keterbatasan teknologi modern dalam bentuk mesin-mesin atau alat-alat produksi yang digunakan kebanyakan dari kategori sederhana.

4. Pentingnya *entrepreneurship*

Entrepreneurship adalah sebuah cara berpikir dan bertindak yang didasari oleh kemampuan melihat dan menangkap peluang. Suatu peluang hanya dapat ditangkap oleh mereka yang mempersiapkan diri pada bidang tersebut. Orang-orang yang mempersiapkan diri adalah orang yang mua bekerja keras dan

membangun hubungan yang sangat luas. Hubungan harus dibangun dengan mendatangi pintu-pintu, baik yang sudah terbuka, setengah terbuka, maupun tertutup sama sekali. Seorang pengusaha harus berani bergerak dan mengetuk pintu dan membuat pemilik pintu membukakannya untuk mereka. Dari situlah ia akan mendapatkan pengetahuan dan kesempatan-kesempatan baru di masa depan. Entrepreneurship itulah yang menentkan apakah pengusaha kecil mampu tumbuh menjadi perusahaan kelas menengah atau tetap kecil dan makin terpuruk. Hal ini juga diungkapkan oleh Eddy Soeryanto Soegoto (2009: 8-9), entrepreneurship atau kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. Entrepreneurship adalah segala sesuatu yang penting mengenai seorang wirausaha, yakni orang yang memiliki sifat bekerja keras dan berkorban, memusatkan segala daya dan berani mengambil risiko untuk mewujudkan gagasannya. Dari segi kemampuannya, mampu dan peka melihat peluang bisnis. Dari tindakannya, yang menonjol adalah mengambil langkah nyata menggabungkan atau mengkombinasikan sumber daya, baik yang telah atau belum dimiliki untuk mewujudkan gagasannya membangun bisnis baru. Dari karyanya terlihat dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru dengan produk-produk baru, teknologi baru dan lapangan kerja baru.

Hakikat entrepreneurship dibagi menjadi:

- a. *Entrepreneurship* adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis.
- b. *Entrepreneurship* adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha
- c. *Entrepreneurship* adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang

bermanfaat dalam memberikan nilai lebih

- d. Entrepreneurship adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda
- e. Entrepreneurship adalah suatu proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha.
- f. Entrepreneurship adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

5. Permodalan.

Tak dapat disangkal bahwa usaha kecil di Indonesia mengalami kendala permodalan. Tetapi, kendala ini lebih disebabkan oleh cara berpikir dan ketidakmengertian dalam berhubungan dengan sektor-sektor keuangan atau para pemilik modal. Untuk mendapatkan modal, diperlukan pencatatan yang dapat dipertanggungjawabkan dan disiplin dalam pengembalian. Ketidapahaman inilah yang membuat banyak usaha kecil yang terkunci di dalam ruang usaha yang kecil dan gelap. Padahal dengan membuka sedikit jendela, mereka bisa mendapatkan bimbingan yang membuat hidup usaha mereka berubah. Maka kepada usaha-usaha kecil di mana pun mereka berada, dianjurkan agar mereka membuka pintu terhadap lembaga keuangan dan mendalogkan persoalan-persoalan yang dihadapi dengan eksekutif perbankan. Dengan kata lain, jangan hanya datang pada mereka ketika anda sedang membutuhkan dana karena terlibat masalah. Tapi, datanglah untuk mengembangkan usaha anda. Menurut pendapat Kasmir (2006: 94-95), beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan apabila untuk memperoleh suatu modal adalah sebagai berikut:

a. Tujuan perusahaan

Perusahaan perlu mempertimbangkan tujuan penggunaan pinjaman tersebut, apakah untuk modal investasi atau modal kerja, apakah sebagai modal utama atau hanya sekedar modal

tambahan, apakah untuk kebutuhan yang mendesak atau tidak

b. Masa pengembalian modal

Dalam jangka waktu tertentu pinjaman tersebut harus dikembalikan ke kreditor (bank). Bagi perusahaan jangka waktu pengembalian investasi juga perlu dipertimbangkan, sehingga tidak menjadi beban perusahaan dan tidak mengganggu cash flow perusahaan. Sebaiknya jangka waktu pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

c. Biaya yang dikeluarkan

Faktor biaya yang harus dikeluarkan harus dipertimbangkan secara matang, misalnya biaya bunga, biaya administrasi, provisi dan komisi atau biaya lainnya. Hal ini penting karena biaya merupakan komponen produksi yang akan menjadi beban perusahaan dalam menentukan harga jual dan laba. Besarnya tingkat suku bunga dan biaya lain yang dibebankan bank atas lembaga keuangan kepada nasabah berbeda-beda antara satu dengan lainnya. Sebaiknya dipilih bank yang mampu memberikan biaya (bunga dan biaya lainnya) yang paling rendah (kompetitif) bagi perusahaan. Sekali lagi besarnya biaya yang dibebankan akan berakibat pada meningkatnya biaya operasi dan pada akhirnya dapat mengurangi keuntungan.

d. Estimasi keuntungan

Besarnya keuntungan yang akan diperoleh pada masa-masa yang akan datang perlu menjadi pertimbangan. Estimasi keuntungan diperoleh dari selisih pendapatan dengan biaya dalam suatu periode tertentu. Besar kecil keuntungan sangat berperan dalam pengembalian dana suatu usaha. Oleh karena itu, perlu dibuatkan estimasi pendapatan dan biaya sebelum memperoleh pinjaman modal. Estimasi pendapatan yang akan diperoleh di masa yang akan datang perlu diperhatikan secara teliti dan cermat dengan membandingkan data dan

informasi yang ada sebelumnya. Estimasi biaya-biaya yang akan dikeluarkan dalam periode tertentu, termasuk jenis-jenis biaya yang akan dikeluarkan pun perlu dibuat serinci mungkin.

e. Sumber godaan. Semua usaha kecil Indonesia di abad 21 ini menghadapi godaan besar dari sektor politik. Mereka akan mendapatkan tawaran untuk menjadi anggota atau pengurus partai politik, ikut dalam kompetisi untuk memperebutkan jabatan sebagai pejabat publik, baik mereka sendiri maupun keturunannya. Usaha yang sudah dirintis dengan sangat baik hendaknya jangan sampai terganggu oleh keinginan anda untuk mendapatkan kehormatan dalam jabatan-jabatan politik baik dipusat maupun di daerah terpencil. Bila ingin menjadi politisi, serahkanlah usaha yang sudah terbangun kepada orang yang dapat anda percaya. Namun jika tetap ingin berusaha, lupakanlah kesempatan-kesempatan yang justru dapat membuat bisnis anda terganggu. Politik memiliki DNA yang berbeda dengan DNA pengusaha. Walaupun benar bahwa belakangan ini banyak orang menggunakan politik untuk memperkaya diri, tetapi pengusaha sejati tidak akan mengotori tangannya dengan cara-cara yang tidak jujur, tidak adil, dan menghalalkan segala cara. Modal utama seorang pengusaha adalah kepercayaan dan integritas.

f. Sifat usaha yang membentuk *Cluster*. Dimana-mana diseluruh dunia, usaha itu bersifat berkumpul. Seperti usaha penjualan tape singkong (tape gantung) di Purwakarta, mainan berbentuk buah-buahan di Cianjur, colenak di Pasar Lembang, sepatu di Cibaduyut, usaha bordir di Tasik, dodol di Garut, tahu di Sumedang, genteng di Jatiwangi, dan seterusnya. Di luar negeri pun demikian. Industri film di Amerika adanya di Hollywood sedangkan di India berkumpul di Bollywood. Demikian juga bisnis teknologi informasi, adanya di Silicon Valley,

sementara kain sutra di Thailand. Ada gunanya juga pengusaha kecil memulai usahanya di tengah-tengah cluster yang sudah terbentuk, karena dari situlah mereka akan mendapatkan tenaga kerja yang terampil, akses terhadap baha baku, dan segala informasi yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha. Konsumen pada dasarnya juga senang untuk mendatangi pusat-pusat keramaian. Jadi, di pusat keramaian itu anda bisa mendapatkan efisiensi dan keunggulan daya saing, serta pasar. Hal ini sama seperti yang diungkapkan Mukhammad K. Mawardi (2010: 1), pentingnya strategi kluster dalam pengembangan UKM, bahwa dengan sistem klustering, UKM akan dapat beroperasi secara efisien dan mendapat kemudahan dalam penguatan permodalan dari perbankan dan akhirnya memiliki daya saing tinggi, nilai strategisnya pendekatan kluster dalam mendongkrak nilai tambah UKM di pasar. Penyaluran dana yang bersumber dari program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dari BUMN/BUMD kepada sentra industri akan mampu meningkatkan kapasitas UKM. Disamping itu Kluster UKM berpotensi untuk menghasilkan efek pengganda (*multiple effect*) dalam jangka panjang dengan menciptakan pekerjaan sekunder disekitar kluster. Hal serupa diungkapkan Putri Wahyuningrum (2014:2), pengembangan UKM ke arah industri kreatif, yaitu salah satunya pengembangan Cluster. Salah satu Cluster yang fokus dikembangkan adalah kluster kerajinan karena memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian di kota, dimana menjadi pemasukan nomor dua Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB)

- g. Keuletan. Modal utama seorang pengusaha kecil selain kejujuran dan integritas adalah keuletan dan kerja keras. Hampir semua pengusaha yang kami temui memiliki self-discipline yang sangat kuat sehingga mereka

percaya bahwa mereka harus bangun lebih cepat daripada matahari dan baru beristirahat setelah matahari terbenam. Mereka memiliki disiplin alamiah yang melekat dalam DNA mereka. Bahkan kerja keras itu dimiliki tanpa mengenal usia pensiun. Dalam hal tertentu, ini bisa menjadi sumber bagi pengembangan usaha, tapi sekaligus bisa menjadi penghambat bagi kemajuan usaha. Dapat menjadi sumber kemajuan, karena membuat timbul. Tetapi, juga dapat menjadi hambatan kalau hal ini membuat mereka asyik dengan diri mereka sendiri sehingga lupa untuk bekerja dengan membangun sumber daya dari tenaga-tenaga di luar dirinya.

SIMPULAN

Membangun UMKM yang didukung Wirausahawan yang hebat dan tangguh adalah tidak mudah dimana hal ini menjadi bagian permasalahan yang ada, bila dilihat dari data statistik selalu mengalami pertumbuhan tetapi tidak dilihat titik pencapaian, hal ini yang perlu difokuskan dan diperhatikan dimana diperlukan kiat agar menjadi wirausahawan yang sukses, dimana antara lain (1) Usaha apapun selalu siap menghadapi perubahan (2) pentingnya regenerasi (3) ancaman yang sangat besar dari pelaku usaha-usaha besar (4) pentingnya entrepreneursip (5) permodalan (6) sumber godaan (7) sifat usaha yang membentuk cluster dan yang terakhir (8) keuletan

Kiat tersebut diatas adalah merupakan pengalaman yang sudah ditempuh oleh beberapa usahawan yang sukses sampai saat ini dan menjadi inspirasi dimana hal tersebut dilakukan dengan hal-hal yang sederhana dan tidak diperlukan dengan dukungan teori dan strategi yang khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendro, (2011), *Dasar-dasar Kewirausahaan*, Jakarta, Erlangga
- Hisrich, Robert D. and Michael P. Peters, Dean A. Shepherd, (2008), *Entrepreneurship*

- Kewirausahaan, Edisi 7*, 2008, Jakarta, Salemba Empat.
- Kasali, Rhenald. (2012), *Cracking Entrepreneurs, inilah para crackers lokal yang tak ada matinya*, Jakarta, Gramedia
- Kasmir, (2011), *Kewirausahaan*, Jakarta, Rajagrafindo Pesada
- Longenecker, Justin G. and Carlos W. Moore dan J. William Petty, (2001), *Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta, Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. (2007), *Entrepreneurship, form mindset to strategy*, Jakarta, FE UI
- Masitah, Dewi. dan M. Edwar, (2013), “*Pengaruh peran keluarga dan praktik kewirausahaan dalam membentuk sikap kewirausahaan mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan tahun 2009-2010 fakultas ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*”. *Jurnal Pendidikan tata niaga, (JPTN)*, Vol 1. No.3, 2013
- Mawardi, Mukhammad K. (2016), *Kluster Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia*,
<http://emkamawardi.blogspot.com/2010/12/kluster-usaha-kecil-menengah-ukm-di.html>
- Saiman, Leonardus. (2014), *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus, Edisi 2*, Jakarta, Salemba Empat
- Schoen, John e. and Justin G., (1978), *Management Succession int the Family Business*, *Journal of Small Business Management*, Vol. 16 Juli 1978:1-6
- Soemanto, Wasti. (1992), *Pendidikan Wiraswasta*, Jakarta, Bumi Aksara
- Tambunan, Tulus Th. (2002), *Usaha kecil dan Menengah di Indonesia, beberapa isu penting*, Jakarta, Salemba Empat
- Wahyuningrum, Putri. dan Anggraini Sukmawati dan Lindawati Kartika, *Peningkatan kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kluster Kerajinan di kota depok menggunakan The House Model*, 2014 *Jurnal Manajemen dan Organisasi* Vol.V, No.2, Agustus