

Book chapter Dinamika UMKM

by 5 5

Submission date: 02-Apr-2024 11:55AM (UTC+0700)

Submission ID: 2337624062

File name: er_DINAMIKA_UMKM_Kajian_Empiris_di_Ponorogo_dan_Sekitarnya-.docx (375.29K)

Word count: 27527

Character count: 180107

Editor : Dr. Slamet Santoso, SE, M.Si.

DINAMIKA UMKM

Kajian Empiris di Ponorogo dan Sekitarnya

Tim Penulis :

**Hadi Sumarsono, Slamet Santoso, Khusnatul Zulfa Wafirotin,
Riza Dessy Nila Ayutika, Dwi Warni Wahyuningsih, Wijianto,
Ika Farida Ulfah, Ardyan Firdausi Mustoffa, Nurul Hidayah,
Dwiati Marsiwi, Naning Kristiyana, Titi Rapini, Choirul Hamidah**

Penerbit :

**Universitas Muhammadiyah Ponorogo Press
Jalan Budi Utomo Nomor 10 Ponorogo**

DINAMIKA UMKM

Kajian Empiris di Ponorogo dan Sekitarnya

Editor :
Dr. Slamet Santoso, SE, M.Si

Tim Penulis :
Hadi Sumarsono, Slamet Santoso, Khusnatul Zulfa Wafirotin,
Riza Dessy Nila Ayutika, Dwi Warni Wahyuningsih, Wijianto,
Ika Farida Ulfah, Ardyan Firdausi Mustoffa, Nurul Hidayah,
Dwiati Marsiwi, Naning Kristiyana, Titi Rapini, Choirul Hamidah

ISBN
Cetakan Pertama Oktober 2023

Hak Cipta © 2023, Penerbit UMPo Press
Jalan Budi Utomo Nomor 10 Ponorogo – 64471
Telp. (0352) 481124, 487662; Faks. (0352) 461796
E-mail : lppm@umpo.ac.id

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotocopy, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

156

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002, Tentang Hak Cipta

- 1) Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
 - 2) Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)
-

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan sehingga Buku *Dinamika UMKM: Kajian Empiris di Ponorogo dan Sekitarnya* dapat diselesaikan di tengah-tengah kesibukan menjalankan amanah Catur Dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah. Buku ini sebagai salah satu bentuk perwujudan pencapaian Visi dan Misi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang mengedepankan kajian dan penelitian, khususnya terkait Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Kehadiran buku ini diharapkan membawa dampak positif terhadap perkembangan *academic admosphere* di Kampus Universitas Muhammadiyah Ponorogo, baik berbentuk peningkatan pembelajaran, kajian, penelitian, maupun pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa, dosen, atau kolaborasi dosen dan mahasiswa. Perkembangan *academic admosphere* tersebut menjadi penting artinya agar motto Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo (FE-UMPo) *Maju dan Terus Berprestasi* dapat terwujud.

Ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian nulisan buku ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, disampaikan kepada:

Pertama, Pihak Universitas Muhammadiyah Ponorogo, melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah menggulirkan pendanaan untuk penerbitan buku ini.

Kedua, Para penulis yang telah mengikhlaskan hasil karya ilmiahnya untuk dipadukan dan dijadikan dalam bentuk buku ini.

Ketiga, Para sahabat yang aktif berdiskusi pagi hari di Warung Kopi U-Pon, yang telah banyak memberikan dorongan dan masukan untuk penerbitan sebuah karya ilmiah.

Semoga kehadiran buku ini bermanfaat dan segala kritik dan saran akan selalu diterima dengan pikiran terbuka. FE-UMPo ... *Maju dan Terus Berprestasi*. Aamiin

Ponorogo, 16 Oktober 2023

Dr. Slamet Santoso, SE, M.Si

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR -----	iii
DAFTAR ISI -----	v
PENGANTAR: Berfikir Secara Ilmiah -----	1
<i>Hadi Sumarsono, Slamet Santoso, Khusnatul Zulfa W.</i>	
JARINGAN USAHA KELOMPOK: Pedagang Sektor Informal -----	13
<i>Slamet Santoso</i>	
PEMASARAN JARINGAN: Strategi Mengembangkan Usaha -----	27
<i>Riza Dessy Nila A., Dwi Warni Wahyuningsih, Slamet Santoso</i>	
KINERJA KEUANGAN UMKM: Masa Pandemi Covid-19-----	43
<i>Ika Farida Ulfahi, Ardyan Firdausi Mustoffa, Wijianto</i>	
PERSEPSI PELAKU UKM: Laporan Keuangan - SAK ETAP -----	53
<i>Nurul Hidayah</i>	
PERSEPSI KEUNTUNGAN: Pedagang Kaki Lima-----	65
<i>Khusnatul Zulfa W., Dwiati Marsiwi</i>	
DINAMIKA USAHA: Pengrajin Reog Ponorogo-----	81
<i>Naning Kristiyana, Titi Rapini</i>	
PENGEMBANGAN UKM: Pengalaman Usaha TKI Purna -----	93
<i>Choirul Hamidah</i>	
IDENTITAS TIM PENULIS	

PENGANTAR: Berfikir Secara Ilmiah

Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si.¹
Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si.
Dra. Khusnatul Zulfa W., MM, Ak, CA.

Suatu penelitian pada hakekatnya dimulai dari hasrat keingintahuan manusia, merupakan anugrah Allah SWT, yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan maupun permasalahan-permasalahan yang memerlukan jawaban atau pemecahannya, sehingga akan diperoleh pengetahuan baru yang dianggap benar. Pengetahuan baru yang benar tersebut merupakan pengetahuan yang dapat diterima oleh akal sehat dan berdasarkan fakta empirik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pencarian pengetahuan yang benar harus berlangsung menurut prosedur atau kaedah hukum, yaitu berdasarkan logika. Sedangkan aplikasi dari logika disebut dengan penalaran dan pengetahuan yang benar disebut dengan pengetahuan ilmiah.

30 Untuk memperoleh pengetahuan ilmiah dapat digunakan dua jenis penalaran, yaitu Penalaran Deduktif²⁵ dan Penalaran Induktif. Penalaran deduktif merupakan prosedur yang berpangkal pada suatu peristiwa umum, yang kebenarannya telah diketahui atau diyakini, dan berakhir pada suatu kesimpulan atau pengetahuan baru yang bersifat lebih khusus. Metode ini diawali dari pebentukan teori, ²⁵otesis, definisi operasional, instrumen, dan operasionalisasi. Dengan kata lain, untuk memahami suatu gejala terlebih dahulu²⁵ harus memiliki konsep dan teori tentang gejala tersebut dan selanjutnya dilakukan penelitian di lapangan. Dengan demikian konteks penalaran deduktif tersebut, konsep dan teori merupakan kata kunci untuk memahami suatu gejala.

¹ Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pengantar: Berfikir secara Ilmiah ini merupakan intisari dari hasil penelitian berjudul Pola Jejaring Bisnis Keluarga Etnis Tionghoa Ponorogo (2019), Tim Peneliti: Dr. Hadi Sumarsono, M.Si, Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si., dan Dra. Khusnatul Zulfa W., M.M., Ak, CA. Luaran hasil penelitian tersebut berupa artikel ilmiah yang berjudul: *Social Network in Family Business: The Phenomenon of Ponorogo Chinese Ethnic Entrepreneur*, dalam *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, Volume 7, Nomor 1, January 2021, DOI: <http://dx.doi.org/10.17358/IJBE.7.1.18>

Penalaran induktif merupakan prosedur yang berpangkal dari peristiwa khusus sebagai hasil pengamatan empirik dan berakhir pada suatu kesimpulan atau pengetahuan baru yang bersifat umum. Dalam hal ini penalaran induktif merupakan kebalikan dari penalaran deduktif. Untuk turun ke lapangan dan melakukan penelitian tidak harus memiliki konsep secara canggih tetapi cukup mengamati lapangan dan dari pengamatan lapangan tersebut dapat ditarik generalisasi dari suatu gejala. Dalam konteks ini, pemahaman gejala merupakan kunci sukses untuk dapat mendiskripsikan gejala dan melakukan generalisasi.

Kedua penalaran tersebut (deduktif dan induktif), seolah-olah merupakan cara berpikir yang berbeda dan terpisah. Tetapi dalam prakteknya, antara berangkat dari teori atau berangkat dari fakta empirik merupakan lingkaran yang tidak terpisahkan. Kalau kita berbicara teori sebenarnya kita sedang mengandaikan fakta dan kalau berbicara fakta maka kita sedang mengandaikan teori. Dengan demikian, untuk mendapatkan pengetahuan ilmiah kedua penalaran tersebut dapat digunakan secara bersama-sama dan saling mengisi, dan dilaksanakan dalam suatu wujud penelitian ilmiah yang menggunakan metode ilmiah dan taat pada hukum-hukum logika.

Untuk lebih memahami penggunaan teori dalam penelitian, berikut contoh singkat penggunaan teori, hasil penelitian, dan cara menganalisis sebuah penelitian yang terkait dengan Pola Jejaring Bisnis Keluarga.

TEORI JEJARING SOSIAL

Teori jejaring merupakan teori yang relatif masih baru berkembang di bidang sosiologi. Teori jejaring sosial muncul dengan gagasan bahwa untuk mempelajari struktur sosial adalah dengan cara menganalisis pola ikatan yang menghubungkan anggotanya. Hubungan ini berlandaskan pemikiran bahwa setiap aktor (individu maupun kolektivitas) mempunyai akses yang berbeda terhadap sumber daya yang bernilai (kekayaan, kekuasaan, dan informasi). Hal ini mengakibatkan bahwa sistem yang terstruktur cenderung terstratifikasi dan komponen tertentu akan tergantung pada komponen yang lain (Ritzer dan Goodman, 2004). Jejaring sosial ini tidak hanya berguna secara individual tetapi juga secara kolektif (kelompok) karena terbentuk dari hubungan antar personal, antar individu dengan institusi, serta jejaring antar institusi. Jejaring sosial

dapat muncul dari ikatan keluarga, pertemanan, kelompok, maupun ikatan etnisitas.

Berdasarkan beberapa penelitian, Hanson (2009) mengatakan bahwa jejaring sosial fokus pada analisis hubungan beberapa individu dengan individu lain dalam mengakses sumberdaya melalui hubungan, tindakan kolektif, kekuatan hubungan dalam jejaring, dan bagaimana mengakses sumberdaya. Beberapa penelitian ada yang menekankan pada kepadatan (*density*), kohesi dan *openness* (Murdiarta, 2009). Secara umum, Hanson (2009) menyimpulkan bahwa jejaring sosial mempunyai dimensi, yaitu kognitif, relasional, dan struktural. Dimensi pertama, yaitu dimensi kognitif mengacu pada sharing bahasa dan arti dalam jejaring. Bahasa ini digunakan untuk mengembangkan pemahaman melalui dialog dan interaksi dalam jejaring. Dimensi kedua, yaitu dimensi relasional mengacu pada pertukaran dalam hubungan dan imbal balik. Aspek penting dalam dimensi relasional adalah adanya kepercayaan. Adanya kepercayaan yang tinggi dalam suatu jejaring memudahkan untuk meningkatkan perilaku kooperatif. Dimensi yang ketiga, yaitu dimensi struktural merupakan dimensi untuk melihat lingkungan secara umum baik di dalam jejaring maupun lingkungan di luar jejaring. Dimensi ini memfokuskan diri pada pola hubungan antar aktor. Siapa yang membentuk hubungan dan bagaimana hubungan tersebut dapat terbentuk.

Menurut Ritzer dan Goodman (2004), teori jejaring mempunyai prinsip yang berkaitan secara logis antara lain:

- a. Ikatan antar aktor biasanya simetris baik dalam kadar maupun intensitasnya. Setiap aktor memasok sumberdaya yang berbeda dengan intensitas yang makin besar atau makin kecil;
- b. Ikatan antara individu harus dianalisis dalam konteks struktur jejaring yang lebih luas;
- c. Terstrukturnya ikatan sosial menimbulkan berbagai jenis jejaring non-acak;
- d. Ada kelompok jejaring menyebabkan terciptanya hubungan silang antara kelompok jejaring maupun antara individu;
- e. Ada ikatan asimetris antara unsur-unsur di dalam sebuah sistem jejaring dengan akibat bahwa sumberdaya yang terbatas akan terdistribusikan secara tidak merata;
- f. Distribusi yang timpang dari sumberdaya yang terbatas menimbulkan baik itu kerjasama maupun kompetisi. Beberapa kelompok akan bergabung untuk mendapatkan sumberdaya yang terbatas tersebut dengan kerjasama, sedangkan kelompok lain

bersaing dan memperebutkannya. Ada pergeseran antara pola koalisi dan konflik.

Tingkatan fokus kajian dalam teori jejaring sosial dapat terjadi mulai tingkatan mikro hingga makro. Ritzer dan Goodman (2004), menyatakan bahwa aktor dalam teori jejaring sosial mungkin bisa saja individu, kelompok, perusahaan atau bahkan masyarakat. Hanson (2009) membagi tingkatan analisis jejaring tersebut dalam tiga tingkatan, yaitu tingkatan mikro, meso, dan makro. Pada tingkatan mikro merupakan tindakan yang melekat dalam hubungan pribadi konkret dan dalam struktur (jejaring) hubungan itu. Setiap aktor mempunyai akses yang berbeda terhadap sumberdaya yang bernilai. Hal ini mengakibatkan sistem yang terstruktur cenderung terstratifikasi, komponen tertentu tergantung pada komponen yang lain. Pada tingkatan mikro, ikatan aktor dalam struktur jejaring dapat dikaji baik antar aktor maupun ikatan pada kelompok.

Pada level meso, jejaring sosial dapat dilihat dalam kelompok, keluarga, organisasi maupun komunitas. Secara struktural dapat dilihat konfigurasi struktur tersebut baik secara vertikal maupun secara horizontal. Sub kelompok juga dapat berperan dalam tingkatan ini. Aspek hubungan norma-norma, nilai serta sanksi dalam kelompok lebih umum lebih bisa terkaji. Salah satu isu yang dapat diamati pada tingkatan ini adalah keinginan individu untuk memasukkan tujuan-tujuannya dalam tujuan kelompok.

Pada tingkatan makro, jejaring dapat dianalisis berdasarkan perilaku kolektif dalam mendukung maupun menolak norma-norma serta aturan yang berlaku. Pada tingkat makro ini, analisis jejaring sosial dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesempatan dalam pengembangan ekonomi. Dapat dikatakan bahwa gambaran bagaimana jejaring yang dibangun mampu memberikan keunggulan kompetitif dilakukan pada tingkatan makro ini.

TEORI MODAL SOSIAL

Konsep jejaring sosial tidak bisa dilepaskan dengan modal sosial. Jejaring sosial merupakan salah satu dimensi modal sosial selain kepercayaan dan norma. Jejaring sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan dan saling membantu dalam melaksanakan atau mengatasi sesuatu. Jejaring sosial diikat oleh kepercayaan dan

dijaga oleh norma-norma yang ada. Jejaring sosial tidak dapat terbentuk tanpa ada kepercayaan dan norma.

142

Fukuyama, dalam Suharto (2006), mendefinisikan modal sosial sebagai kemampuan yang timbul dari adanya kepercayaan dalam sebuah komunitas. Jika konsep jejaring sosial dalam modal sosial menekankan pada simpul yang berupa individu atau kelompok (organisasi), maka modal sosial merupakan hasil dari jejaring sosial. Modal sosial dapat diartikan sebagai sumber daya yang timbul dari adanya interaksi antara orang-orang dalam suatu komunitas. Modal sosial merupakan sumberdaya yang dapat diakses maupun dimobilisasi melalui ikatan dalam suatu jejaring (Lio 2005). Modal sosial merupakan hasil dari jejaring sosial yang dibangun ketika individu belajar dan mau mempercayai individu lain sehingga mereka mau membuat komitmen yang dapat dipertanggungjawabkan untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan.

Dikaitkan dengan modal sosial, tidak semua jejaring mempunyai nilai dan memberikan manfaat ekonomi yang sama. Murdiarta (2009) menemukan bahwa kegagalan pengembangan suatu usaha merupakan akibat dari kurangnya perhatian pada pengaruh jejaring sosial terhadap manfaat ekonomi. Kurang memperhatikan pada aspek norma dan kepadatan jejaring, lemah dan kuatnya ikatan (manfaat ekonomi cenderung didapat dari jalinan ikatan yang lemah), peran lubang struktur sebagai jembatan relasi individu dengan pihak luar dan interpelasi terhadap tindakan ekonomi dan non ekonomi dalam kehidupan sosial yang ternyata juga mempengaruhi tindakan ekonomi.

Dalam disertasinya, Keng (2001) membagi konsep jejaring dalam transaksi bisnis dalam dua struktur dimensi, yaitu tingkat hubungan (*strong-weak-no ties*) dan tingkat distribusi kekuasaan (*vertical-horisonal ties*). Dari dua dimensi tersebut, selanjutnya Keng mengembangkan dimensi jejaring berdasarkan biaya dan manfaat jejaring (*network cost-network benefit*). Jejaring selain dapat memberikan manfaat ternyata juga dapat memberikan kerugian. Jejaring sosial dapat meningkatkan biaya jika terjadi penghisapan sumberdaya dari satu aktor kepada aktor yang lain. Keng menyebut permasalahan tersebut dengan *free ridding problem*. Jejaring juga tidak akan memberikan manfaat ketika suatu jejaring menutup diri pada jejaring yang lebih luas (*small word problem*). Suatu jejaring dapat memberikan kontribusi atau tidak dalam suatu kegiatan

ekonomi tergantung pada bentuk jejaring yang sesuai yang dapat digunakan sehingga mampu memobilisasi sumberdaya yang saling menguntungkan.

TAHAP PERKEMBANGAN BISNIS

Mengacu pada teori Jejaring Sosial dan Modal Sosial yang telah diuraikan di atas, dapat digunakan sebagai pisau analisis untuk mengkaji lebih dalam khususnya perkembangan bisnis keluarga etnis tionghoa di Ponorogo. Skema yang digunakan menekankan pada aktor-aktor dalam jejaring, dikaitkan dengan sifat hubungan, akses sumberdaya serta struktur hubungan yang didasarkan pada tiap tahap perkembangan bisnis keluarga. Pendasaran pada tahap perkembangan bisnis keluarga ini penting dilakukan karena dapat mengidentifikasi faktor stragetik yang berbeda-beda dalam setiap tahap (Mc Cline dan Bhat, 2012). Analisis tahap perkembangan bisnis penting dilakukan dalam rangka memberikan identifikasi pola jejaring bisnis agar menjadi lebih jelas.

Pola jejaring bisnis keluarga bisa sangat berbeda pada setiap tahap pertumbuhan bisnis dan kondisi yang menyertainya. Hasil wawancara dan pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa pertumbuhan bisnis keluarga etnis tionghoa ponorogo mempunyai tahap pertumbuhan yang bisa dibagi dalam tiga tahap antara lain: tahap permulaan, tahap pertumbuhan, tahap kesuksesan, dan tahap kematangan.

a. Pola Jejaring Bisnis Tahap Permulaan (*start-up*).

Tahap ini merupakan tahap awal bisnis mulai dibangun. Tahap ini dimulai sejak perencanaan ide sampai dengan bisnis tersebut berjalan selama sekitar satu tahun. Pada tahap ini, meliputi dua kondisi, yaitu kondisi bisnis baru dan kondisi cabang baru. Kondisi bisnis baru merupakan jenis usaha yang tidak mempunyai keterkaitan dengan usaha keluarga atau mempunyai jenis industri yang berbeda. Sedangkan cabang baru merupakan jenis usaha yang masih sama dengan bisnis keluarga atau bergerak pada usaha yang sama.

Ide bisnis dapat berasal dari keluarga inti dan juga jejaring pertemanan. Ide bisnis yang berasal dari keluarga inti mengarah pada ide bisnis yang masih berhubungan dengan bisnis orang tua atau bisnis keluarga. sedangkan jejaring pertemanan atau komunitas,

banyak mengarah pada pembentukan bisnis baru yang tidak berhubungan dengan bisnis keluarga atau orang tua. Pada kondisi cabang baru, hubungan dengan keluarga inti lebih banyak mengarahkan bentuk hubungan sentimen yang sifatnya kekeluargaan. Bentuk hubungan ini mempunyai tingkat yang sangat kuat antara ayah dengan anak namun tidak terlalu kuat pada tingkatan sesama anak (kakak-adik). Anak diberi kewenangan penuh untuk mengelola cabang baru yang dibangun oleh orang tua. Seluruh sumberdaya dialirkan dari bisnis keluarga inti kepada cabang baru yang didirikan. Struktur hubungan bersifat vertikal, yaitu cabang baru banyak mendapat dukungan dari aktor lain (keluarga inti) dalam jejaring. Pola jejaring yang dilakukan adalah mengkloning jejaring yang sudah dimiliki oleh keluarga inti. Keluarga inti (khususnya orang tua) banyak bertindak sebagai jembatan penghubung dalam membangun pola jejaring yang baru ini.

Hubungan pertemanan serta komunitas lebih banyak mengarahkan pada munculnya kondisi bisnis baru yang sifatnya tidak berhubungan dengan bisnis keluarga. Bentuk hubungan komunikasi dengan pertemanan mampu memunculkan ide bisnis baru dalam tahap *start-up*. Bentuk hubungan dengan keluarga inti dan keluarga besar mempunyai bentuk transaksional. Sumberdaya yang ditransfer kepada bisnis baru tidak diberikan tanpa pertanggungjawaban. Selain bentuk hubungan transaksional untuk mengakses sumberdaya keuangan, bentuk hubungan dengan keluarga inti dan keluarga besar juga mempunyai bentuk hubungan komunikasi. Bentuk hubungan komunikasi dengan keluarga besar serta teman memberikan banyak manfaat untuk mendapatkan akses pasar.

Bentuk hubungan sentimen dengan keluarga inti, keluarga besar dan pertemanan memberikan manfaat terhadap akses pasar dan akses terhadap supplier. Hubungan sentimen kurang dapat memberikan manfaat dalam akses keuangan. Pengusaha atau pemilik bisnis yang baru dibangun dapat memanfaatkan hubungan sentimen dari keluarga ini untuk mendapatkan dukungan keuangan dengan cara membuktikan bahwa usahanya bisa berhasil. Sedangkan hubungan sentimen dengan teman biasanya memunculkan ide bisnis baru yang sifatnya *partnership*.

b. Pola Jejaring Bisnis Tahap Pertumbuhan

Tahap pertumbuhan merupakan tahap perkembangan bisnis yang telah berjalan antara satu sampai tiga tahun. Berdasarkan pertumbuhan penjualan dan keuntungan, tahap pertumbuhan ini

dibagi menjadi tiga kondisi, yaitu kondisi pertumbuhan rendah atau pelan, kondisi pertumbuhan sedang, dan kondisi pertumbuhan yang tinggi atau cepat. Pertumbuhan yang rendah merupakan kondisi perusahaan belum mampu mencapai penjualan yang diharapkan. Usaha berjalan namun belum sesuai harapan. Pertumbuhan yang sedang merupakan kondisi usaha yang telah memperoleh keuntungan namun pertumbuhan penjualannya belum terlalu tinggi. Sedangkan kondisi pertumbuhan tinggi merupakan kondisi usaha yang pertumbuhan dan penjualannya sangat tinggi bahkan lebih dari yang diharapkan. Pada kondisi ini, usaha banyak mendapatkan keuntungan dan usaha berkembang pesat.

Kondisi usaha yang mengalami pertumbuhan yang kurang baik, cenderung mempunyai aktor yang sama pada saat tahap permulaan. Pelaku bisnis belum mampu memanfaatkan teman dalam mengakses supplier untuk masuk sebagai aktor dalam jejaringnya. Perbedaannya dengan kondisi bisnis baru, keluarga inti dan keluarga besar masih memberikan dukungan sumberdaya finansial namun dalam bentuk hubungan sentimen. Dukungan yang lebih tinggi diberikan dalam bentuk sumberdaya untuk mendapatkan akses pasar melalui hubungan komunikasi maupun sentimen.

Pada kondisi pertumbuhan sedang, pelaku bisnis biasanya mampu mengembangkan jejaring pada tahap permulaan. Dukungan keuangan dari keluarga inti yang semula berbentuk hubungan sentimen menjadi lebih transaksional. Akses keuangan juga dapat dimanfaatkan dari hubungan transaksional dengan keluarga besar, teman bahkan supplier. Pada kondisi ini, usaha biasanya sudah dipercaya untuk mencapatakan utang dagang dari supplier. Dukungan keluarga untuk mendapatkan akses pasar menjadi lebih tinggi. Namun pemanfaatan pembeli dan komunitas untuk mendapatkan akses pasar masih belum optimal.

c. Pola Jejaring Bisnis Tahap Kesuksesan

Pertumbuhan penjualan yang tinggi diikuti dengan keuntungan yang terus meningkat menunjukkan usaha keluarga pada kondisi kesuksesan. Pada kondisi kesuksesan ini, pola jejaring bisnis menjadi semakin luas dan padat. Aktor dalam jejaring telah berkembang pada kelompok yang lebih luas, yaitu pembeli, supplier, perbankan, lingkungan, dan pemerintah. Semakin tinggi pertumbuhan dan perkembangan usaha, bentuk hubungan menjadi lebih transaksional. Hubungan dengan kelompok yang lebih luas juga menjadi lebih kuat dibanding dengan jejaring keluarga dan

pertemanan. Keluarga besar serta pertemanan yang mendukung akses keuangan semakin lemah digantikan hubungan dengan perbankan yang semakin kuat. Kesuksesan penjualan juga diikuti dengan bentuk hubungan instrumental yang lebih banyak bersifat menjaga dan mempertahankan sumberdaya yang dimiliki. Hubungan instrumental ini terjadi dengan pembeli, lingkungan serta pemerintah.

Tahap kesuksesan ini merupakan puncak dari kejayaan bisnis keluarga. Individu pemilik atau pengendali usaha mempunyai kemampuan dan kemudahan untuk menjadi *magnet* dalam menjaring aktor baru untuk memperluas jejaring. Pada tahap ini, pelaku bisnis etnis tionghoa banyak melakukan ekspansi, membuka usaha maupun cabang baru, dan membuat pola-pola jejaring yang baru. Perluasan jejaring tidak hanya terjadi pada penambahan aktor tetapi juga perluasan pola-pola jejaring yang baru.

d. Pola Jejaring Bisnis Tahap Kematangan

Tahap kematangan merupakan tahap yang telah melewati tahap pertumbuhan. Tahapan ini biasanya terjadi pada umur usaha lebih dari lima tahun. Dalam tahap kematangan ini, ada dua kondisi yang menyertai yaitu kondisi kestabilan, dan kondisi penurunan. Kondisi kestabilan ditunjukkan dengan penjualan yang telah stabil atau mempunyai pertumbuhan yang tetap. Sedangkan kondisi penurunan ditunjukkan dengan penjualan yang mulai menurun. Banyak pembeli yang mulai beralih ke produk yang lain.

Pada kondisi kestabilan, aktor dan akses sumberdaya dalam jejaring masih sama dengan aktor dalam tahap kesuksesan namun mempunyai bentuk dan struktur yang berbeda. Perluasan aktor dalam jejaring tidak banyak dilakukan. Bahkan hubungan dengan kelompok seperti keluarga inti, keluarga besar, teman dan komunitas menjadi berbentuk sentimen dan komunikasi. Struktur hubungan menjadi lebih vertikal. Bukan untuk mendapatkan dukungan justru untuk memberi dukungan. Kemampuan untuk menjadi magnet dalam jejaring masih tetap dimiliki namun tidak banyak digunakan. Sedangkan bentuk hubungan transaksi dan komunikasi dengan kelompok eksternal seperti supplier, pembeli, komunitas dan perbankan serta pemerintah masih tetap kuat.

Dalam kondisi kestabilan ini, pelaku bisnis menggunakan hubungan keluarga, keluarga besar atau teman untuk membuka usaha baru. Pelaku bisnis membuat pola jejaring yang baru secara bersama-sama dengan mengikatkan aktor dalam jejaring yang

dimiliki. Dalam proses membangun pola jejaring yang baru ini, pengusaha berperan sebagai actor sekaligus jembatan penghubung dari pola-pola jejaring yang mereka miliki sebelumnya.

Sedangkan pada kondisi penurunan, beberapa aktor dalam jejaring mulai terlepas. Sebagian besar hubungan berbentuk transaksional. Hubungan sentimen masih tetap ada dalam hubungan dengan keluarga inti sehingga masih bisa dimanfaatkan untuk mengakses seluruh sumberdaya. Komunikasi dengan keluarga besar, pertemanan atau komunitas mempunyai manfaat dalam mendapatkan ide bisnis dan aspek pasar, namun untuk mendapatkan dukungan finansial diperoleh melalui bentuk hubungan transaksional. Bentuk hubungan instrumental hanya pada hubungan dengan pemerintah. Walaupun pada kondisi penurunan, pelaku bisnis merasa masih perlu menjalin hubungan dengan pemerintah berkaitan dengan masalah hukum maupun perpajakan.

SIMPULAN

Pola jejaring bisnis dapat digunakan untuk menjelaskan kesuksesan maupun kegagalan bisnis keluarga. Ketepatan pengusaha dalam mengakses sumberdaya bisa menjadi modal sosial yang dapat digunakan untuk mendukung bisnis ke arah kesuksesan. Pola jejaring bisnis berkembang seiring dengan tahap perkembangan dan kondisi pertumbuhan perusahaan.

Semakin tinggi tahap pertumbuhan dan perkembangan maka jejaring semakin padat, besar dan kompleks. Semakin banyak aktor-aktor yang terlibat didalamnya, sifat atau bentuk hubungan juga semakin bervariasi. Perusahaan yang sukses dapat menjadi magnet untuk membangun dan menentukan pola jejaring. Semakin mencapai pertumbuhan yang tinggi sifat atau bentuk hubungan semakin banyak kepada hubungan transaksional dan instrumental. Namun ketika terjadi penurunan maka sifat hubungan menjadi lebih sentiment dan komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Hanson. Cristopher J., 2009, *A Model For Applying Social Network Analysis Methods In Small Business Research And Development*, Proceeding Paper, Department of Work and

Human Resource Education University of Minnesota, diakses dari <http://search.proquest.com/openview/>

Keng, Shu B. A., 2001, *Making Markets Work in Rural China: The Transformation of Local Networks in a Chinese Town, 1979-1999*, Disertasi The University of Texas at Austin.

Lin, Nan, 2005, *A Network Theory of Social Capital*, in *Handbook on Social Capital*, edited by Dario Castiglione, Jan van Deth, and Guglielmo Wolleb, Oxford University Press.

Mc Cline, Richard L., And Bhat, Subodh., 2012, *An Exploratory Investigation Into The Role and Importance of Networking Partners of South Asian Entrepreneurs In The Venture Creation Process*, *International Journal of Entrepreneurship*, Volume 16, 37-57.

Murdiarta, Ketut G., 2009, *Jaringan Sosial (Network) Dalam Pengembangan Sistem dan Usaha Agribisnis: Perspektif Teori Dan Dinamika Studi Kapital Sosial*. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, Volume 27, No. 1, Juli, 1-12.

Ritzer dan Goodman, 2004, *Teori Sosiologi Modern*, Edisi Keenam, *Terjemahan Alimandan*, Jakarta: Prenada Media.

Suharto, Edi, 2006, *Modal Sosial dan Kebijakan Publik*, diakses dari <http://www.policy.hu/suharto/Naskah%20PDF/>

JARINGAN USAHA KELOMPOK: Pedagang Sektor Informal

Dr. Slamet Santoso, SE, M.Si.²

Perkembangan kondisi perekonomian perkotaan yang semakin cepat sering kali menempatkan usaha sektor informal sebagai *kambing hitam* yang menyebabkan kemacetan lalu lintas di jalan raya maupun lingkungan yang tidak bersih. Namun demikian yang tidak pernah dipungkiri bahwa keberadaan usaha sektor informal mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak dan terbuka sehingga mampu mengurangi angka pengangguran, dan juga sangat membantu penyediaan kebutuhan pokok masyarakat golongan menengah ke bawah. Secara umum usaha sektor informal sering dianggap lebih mampu bertahan hidup atau *survive* dibandingkan dengan sektor usaha formal dalam menghadapi persaingan yang ketat dan kompleks. Hal tersebut dikarenakan usaha sektor informal relatif lebih independen atau tidak tergantung pada pihak lain, khususnya menyangkut keahlian, permodalan, dan wilayah atau pangsa pasar, serta lebih mampu beradaptasi dengan lingkungan usahanya.

Persaingan usaha dan kondisi perekonomian yang semakin kompleks, telah menuntut setiap usaha sektor informal untuk selalu mampu beradaptasi, bertahan dalam persaingan, dan melakukan antisipasi terhadap setiap perkembangan di lingkungan usahanya. Salah satu upaya yang telah dilakukan oleh pedagang sektor informal dalam menghadapi persaingan usaha dan perubahan kondisi perekonomian yang semakin cepat adalah dengan membentuk kelompok dan jaringan usaha diantara mereka. Keberadaan kelompok dan jaringan usaha sektor informal menjadi sangat penting

² Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Jaringan Usaha Kelompok: Pedagang Sektor Informal ini merupakan intisari dari hasil penelitian Pola Jaringan Usaha Kelompok Pedagang Sektor Informal di Kota Ponorogo (2016). Luaran hasil penelitian tersebut berupa HaKI (Hak Cipta) Poster Pola Jaringan Usaha Kelompok Pedagang Angkringan di Kota Ponorogo. Nomor Permohonan: EC00201944043; Nomor Pencatatan 000144560.

karena mereka dapat saling membantu baik terkait masalah permodalan, peralatan, keahlian, maupun pembagian wilayah pemasaran yang jelas. Upaya saling membantu dalam kelompok dan jaringan usaha tersebut dapat menjadi salah satu pondasi berkembangnya modal sosial yang sangat dibutuhkan dalam usaha mereka.

Ponorogo merupakan salah satu kabupaten yang berada di wilayah Jawa Timur bagian barat. Meskipun bukan sebuah kota metropolitan namun Ponorogo mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk membuka usaha di kota tersebut. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif dan sering diadakannya kegiatan perayaan yang banyak menyedot banyak pengunjung telah menjadikan pendorong berkembangnya berbagai usaha di kota Ponorogo. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif ditunjukkan dengan semakin ramainya usaha toko pakaian, toko elektronika, toko kebutuhan pokok, mini market, rumah makan, warung makan pinggir jalan, pedagang keliling, dan berbagai usaha tersebut dalam setiap tahunnya selalu bertambah jumlahnya. Selain itu, gaya hidup konsumtif juga dapat dilihat pada malam hari, yaitu hampir setiap usaha rumah makan, warung makan dan warung kopi pinggir jalan, dan pedagang keliling selalu dipadati pembeli. Sedangkan bentuk kegiatan perayaan yang setiap tahun diadakan di kota Ponorogo antara lain perayaan dan pawai 17 Agustus (sekitar 1 minggu), pasar malam peringatan hari raya Idul Fitri dan Idul Adha (sekitar 2 minggu sebelum dan 1 minggu setelah hari raya), perayaan hari jadi Ponorogo, dan perayaan Grebeg Suro (sekitar 3 minggu) (Santoso, 2007).

Perkembangan kelompok usaha sektor informal yang ada di kota Ponorogo merupakan salah satu fenomena yang menarik untuk dilakukan kajian yang mendalam. Salah satu usaha yang dijalankan secara berkelompok oleh masyarakat luar kota Ponorogo adalah kelompok pedagang angkringan. Usaha sektor informal tersebut sampai saat ini telah mampu berkembang dengan baik dan terbukti mampu menghadapi persaingan usaha yang semakin kompleks.

113

SEKTOR INFORMAL DAN PEDAGANG KAKI LIMA

Istilah sektor informal pertama sekali diperkenalkan di Ghana pada tahun 1971 oleh seorang peneliti dari Manchester bernama Keith Hearsh. Sektor informal tersebut mulai menjadi pembahasan di

kalangan pengamat pembangunan setelah diterbitkan hasil laporan penelitian oleh ILO dan UNDP. ¹³nthuraman (Soeratno, 2000), dalam bukunya yang berjudul "*The Urban Informal Sector in Developing Countries*" terbitan ILO 1981, memberikan definisi umum sektor informal adalah sektor ekonomi yang terdiri dari unit usaha berskala kecil yang memproduksi serta mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan pokok menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi dirinya masing-masing, dan dalam usahanya itu sangat dibatasi oleh faktor kapital, baik fisik maupun ketrampilan.

Menurut pendapat Damsar (1997), ciri-ciri dinamis dari konsep sektor informal yang diajukan Hart menjadi hilang ketika telah dilembagakan dalam birokrasi ILO. Informalitas did¹³isikan ulang sebagai sesuatu yang sinonim dengan kemiskinan. Sektor informal menunjukkan kepada cara perkotaan melakukan sesuatu dengan dicirikan dengan: a) Mudah memasukinya dalam arti keahlian, modal, dan organisasi; b) Perusahaan milik keluarga; c) Beroperasi pada skala kecil; d) Intentif tenaga kerja dalam produksi dan menggunakan teknologi sederhana; dan e) Pasar yang tidak diatur dan berkompetitif.

Karakteristik negatif yang dilekatkan pada sektor informal oleh ILO, banyak mendapatkan kritikan tajam dari berbagai ilmuwan yang berkecimpung dalam bidang Sosiologi, khususnya Sosiologi Ekonomi. Mereka menganggap bahwa aktivitas sektor informal merupakan suatu tanda berkembangnya dinamika kewiraswastaan masyarakat. Menurut Hernando de Soto dalam *The Other Parh* (Damsar, 1997) informalitas merupakan respon masyarakat terhadap negara merkantalis yang kaku. Oleh karena itu, tidak seperti gambaran ILO yang melihatnya sebagai mekanisme kelangsungan hidup dalam merespon ketidakcukupan lapangan pekerjaan modern, melainkan sebagai serbuan kekuatan pasar nyata dalam suatu ekonomi yang dikekang oleh regulasi (pengaturan) negara.

Hidayat pada tahun 1983, memberikan tambahan definisi sektor informal, yaitu merupakan bagian dari sistem ekonomi kota dan desa yang belum mendapatkan bantuan ekonomi dari pemerintah atau belum mampu menggunakan bantuan yang telah disediakan atau sudah menerima bantuan tetapi belum sanggup berdikari. Dari definisi tersebut dapat dibedakan bahwa sektor informal yang berada di daerah pedesaan seringkali disebut sektor informal tradisional yang bergerak di bidang pertanian, sedangkan

untuk sektor informal yang berada di daerah perkotaan sebagian besar bergerak dalam kegiatan pedagang kaki lima (Soeratno, 2000).

Usaha sektor informal banyak dianggap sebagai usaha tingkat rendah yang hanya membutuhkan sedikit modal dan menghadapi ketidakjelasan tingkat pendapatan. Namun demikian, sektor informal juga dianggap sebagai bagian dari sistem ekonomi yang berperan sebagai pengaman ekonomi nasional karena masalah lapangan pekerjaan dan ketimpangan yang belum mendapat perlindungan dari pemerintah. Berbagai jenis pekerjaan yang termasuk dalam usaha sektor informal antara lain pedagang kaki lima, penjual koran, penyemir sepatu, pe¹⁶⁸ja kios, dan lain-lain. Di antara sejumlah jenis pekerjaan, ternyata pedagang kaki lima (PKL) merupakan salah satu pekerjaan yang penting dan nyata di sejumlah negara berkembang dan mampu memecahkan tingkat kemiskinan di perkotaan.

Terlepas dari potensi ekonomi kegiatan PKL, keberadaan PKL kerap dianggap ilegal karena menempati ruang publik dan tidak sesuai dengan visi kota yang sebagian besar menekankan a⁹⁵k kebersihan, keindahan dan kerapihan kota. Oleh karena itu, PKL seringkali menjadi target utama kebijakan-kebijakan pemerintah kota, seperti pengusuran dan relokasi. Namun berbagai kebijakan tersebut terbukti kurang efektif karena banyak PKL yang kembali beroperasi di jalanan meskipun pernah digusur atau direlokasi. Hal ini menekankan bahwa fenomena ekonomi informal, khususnya PKL di area perkotaan sulit diselesaikan secara parsial – terbatas pada kebijakan kota – tapi juga menyangkut persoalan struktural (Setia, 2008). Dengan kata lain, kebijakan penanganan PKL yang bersifat jangka pendek sebaiknya dilakukan bersamaan dengan pembenahan jangka panjang terhadap berbagai persoalan mendasar.

Menurut pendapat Bromley (dalam Mulyanto, 2007), PKL merupakan kelompok tenaga kerja yang banyak di sektor informal. Pandangan Bromley, pekerjaan PKL merupakan jawaban terakhir yang berhadapan dengan proses urbanisasi yang berangkai dengan migrasi desa ke kota yang besar, pertumbuhan penduduk yang pesat, pertumbuhan kesempatan kerja yang lambat di sektor industri, dan penyerapan teknologi yang padat moral, serta keberadaan tenaga kerja yang berlebihan. Sedangkan menurut Mulyanto (2007), PKL adalah termasuk usaha kecil yang berorientasi pada laba (*profit*) layaknya sebuah kewirausahaan (*entrepreneurship*). PKL mempunyai cara tersendiri dalam mengelola usahanya agar mendapatkan keuntungan. PKL menjadi manajer tunggal yang

menangani usahanya mulai dari perencanaan usaha, menggerakkan usaha sekaligus mengontrol atau mengendalikan usahanya, padahal fungsi-fungsi manajemen tersebut jarang atau tidak pernah mereka dapatkan dari pendidikan formal. Manajemen usahanya berdasarkan pada pengalaman dan alur pikir mereka yang otomatis terbentuk sendiri berdasarkan arahan ilmu manajemen pengelolaan usaha, hal inilah yang disebut *“learning by experience”* (belajar dari pengalaman). Kemampuan manajerial memang sangat diperlukan PKL guna meningkatkan kinerja usaha mereka, selain itu motivasi juga sangat diperlukan guna memacu keinginan para PKL untuk mengembangkan usahanya.

Meskipun PKL banyak menyerap tenaga kerja dan mampu membantu pengurangan pengangguran dengan peluang berbagai jenis lapangan pekerjaan, namun disisi lain PKL tersebut sering menghadapi berbagai resiko usaha, ketidakmenentukan usaha, permasalahan keamanan (diperas oleh petugas keamanan atau preman), dianggap bertentangan dengan penataan kota, dan menghadapi persaingan tidak sehat dari usaha lain. Menghadapi permasalahan tersebut, PKL dituntut untuk mampu mempertahankan usahanya dan mempunyai cara yang tepat untuk mengembangkan usaha. Menurut Irianto (2014), para pedagang akan terus mempertahankan usahanya sebagai PKL dan mempertahankan lokasi usaha, karena pekerjaan dan lokasi tersebut dianggap berkait dalam mengembangkan keuntungan secara ekonomi. Membuka usaha PKL pada dasarnya tidak aman dan rentan dengan sejumlah resiko. Akan tetapi, masing-masing PKL justru telah mempersiapkan sejumlah strategi untuk mengatasi resiko tersebut.

TEORI KETERLEKATAN

Konsep Keterlekatan ini digunakan untuk menjelaskan fenomena perilaku ekonomi dalam hubungan sosial, yaitu tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung di antara para aktor. Tindakan tersebut tidak terbatas terhadap tindakan aktor individual sendiri tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas, dan kesemuanya berpondasi dalam suatu jaringan hubungan sosial. Dalam hal ini tindakan yang dilakukan oleh anggota jaringan adalah terlekat karena diekspresikan dalam interaksi antara orang yang satu dengan orang lain (Granovetter dalam Damsar, 1997). Sedangkan yang dimaksud dengan jaringan hubungan sosial adalah suatu

rangkaian hubungan yang teratur atau hubungan sosial yang sama di antara individu-individu atau kelompok-kelompok.

Hasil penelitian Granovetter menjelaskan bahwa kuatnya suatu ikatan jaringan memudahkan seseorang untuk mengetahui ketersediaan pekerjaan. Dalam hal ini, jaringan sosial juga memainkan peranan penting dalam berimigrasi dan kewiraswastaan imigran. Jaringan tersebut merupakan ikatan antar pribadi yang mengikat para migran melalui kekerabatan, persahabatan, komunitas asal yang sama. Selain itu, kebanyakan kewiraswastaan yang terjadi pada komunitas migran dimudahkan oleh jaringan dari ikatan dalam saling tolong-menolong, sirkulasi modal, bantuan dalam hubungan dengan birokrasi.

Teori keterlekatan ini akan digunakan pijakan untuk mengkaji secara mendalam keberadaan jaringan kelompok sektor informal pendatang yang ada di Kota Ponorogo. Dengan menggunakan pemahaman teori keterlekatan tersebut maka akan diketahui bagaimana mereka membangun sebuah jaringan usaha dan menjaga hubungan timbal balik yang saling menguntungkan sesama anggota kelompok dan akhirnya mereka mampu mempertahankan dan mengembangkan usahanya di Kota Ponorogo.

TEORI MODAL SOSIAL

Salah satu pengagas teori modal sosial adalah James S. Coleman yang lahir di Bedford, Indiana, Amerika Serikat pada tanggal 12 Mei 1926 dan meninggal pada tanggal 25 Maret 1995 di Chicago, Illinois, Amerika Serikat. Coleman memandang modal sosial (*social capital*) dari sudut pandang struktur sosial yang memiliki berbagai tindakan dan aturan yang dapat dimanfaatkan secara bersama seperti kewajiban dan harapan, saluran informasi, ketaatan terhadap sanksi dan norma-norma (Campbell, 1994; Stompka, 2008). Lebih lanjut Coleman melihat modal sosial dari sisi fungsinya. Dia menunjukkan bahwa struktur sosial dalam bentuk jaringan yang sifatnya lebih ketat dan relatif tertutup cenderung lebih efektif daripada yang terbuka. Jaringan komunitas yang dikembangkan kelompok perantau lazimnya dibuat eksklusif, yang keanggotaannya didasari relasi kekerabatan dan kesamaan daerah, bahasa, etnis, dan agama, dan mungkin karena ketertutupan itulah mereka bisa *survive* dan bisa menguasai jaringan perdagangan komoditas dan ketrampilan tertentu di daerah perantauan.

4
Meski Coleman lebih tegas mengusung modal sosial, tetapi dia tidak memberikan pengertian modal sosial secara tegas. Coleman menjelaskan bahwa modal sosial ditetapkan oleh fungsinya. Modal sosial bukan merupakan sebuah entitas (*entity*) tunggal tetapi berbagai macam entitas yang berbeda, dengan dua elemen bersama: terdiri dari beberapa aspek struktur sosial, dan memfasilitasi tindakan pelaku-pelaku tertentu dalam struktur itu. Sebagaimana bentuk modal lain, modal sosial adalah produktif, membuat mungkin pencapaian tujuan tertentu. Modal sosial sama lebih spesifik pada aktivitas tertentu dan melekat dalam struktur hubungan antara para pelaku dan diantara para pelaku.

Coleman kemudian menetapkan kumpulan tindakan, hasil dan hubungan yang berbeda sebagai modal sosial. Modal sosial baginya adalah *inherently functional*, dan modal sosial adalah apa saja yang memungkinkan orang atau institusi bertindak. Modal sosial bukan merupakan sebuah mekanisme, sesuatu, atau sebuah hasil, tetapi merupakan beberapa atau semua dari mereka (mekanisme, sesuatu, dan hasil) secara simultan.

Modal sosial berintikan kepercayaan (*trust*) merupakan dimensi dari kehidupan yang sangat menentukan dalam menuju keberhasilan pembangunan ekonomi. Penggunaan modal sosial akan meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan suatu kegiatan pembangunan secara umum. Kepercayaan adalah harapan yang tumbuh didalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, dan kerja sama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama (Fukuyama dalam Raiz, 2009). Jaringan sosial meliputi pertukaran timbal balik, solidaritas, dan kerja sama. Jaringan memfasilitasi terjadinya komunikasi dan intraksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerja sama. Masyarakat yang sehat cenderung memiliki jaringan-jaringan sosial yang kokoh dan kemudian mereka membangun inter-relasi yang kental, baik bersifat formal maupun informal.

Modal sosial merupakan pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki bersama oleh komunitas, serta pola hubungan yang memungkinkan sekelompok individu melakukan satu kegiatan yang produktif. Terminologi ini merujuk pada organisasi-organisasi, struktur, dan hubungan-hubungan sosial yang dibangun sendiri oleh komunitas, terlepas dari intervensi pemerintah atau pihak lain. Modal sosial hanya dapat dibangun ketika tiap individu belajar dan mau mempercayai individu lain sehingga mereka mau membuat komitmen

yang dapat dipertanggungjawabkan untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan.

Menurut pendapat Lesser (Setiawan, 2004), modal sosial sangat penting bagi komunitas karena: a) Mempermudah akses informasi bagi anggota komunitas; b) Menjadi media power sharing atau pembagian kekuasaan dalam komunitas; c) Mengembangkan solidaritas; d) Memungkinkan mobilisasi sumber daya komunitas; e) Memungkinkan pencapaian bersama; dan f) Membentuk perilaku kebersamaan dan berorganisasi komunitas.

Pemahaman teori modal sosial tersebut di atas akan digunakan untuk mengkaji secara mendalam keberadaan jaringan kelompok sektor informal pendatang yang mampu mengembangkan usahanya di Kota Ponorogo, khususnya permasalahan pengembangan kepercayaan, solidaritas, dan jalinan kerja sama yang saling menguntungkan di antara sesama anggota kelompok sektor informal pendatang tersebut.

KELOMPOK PEDAGANG ANGKRINGAN

Pedagang angkringan merupakan salah satu pedagang kaki lima yang sudah merambah dan berkembang diberbagai kota di wilayah Provinsi Jawa Timur. Pedagang angkringan tersebut bukan pedagang asli dari Provinsi Jawa Timur tetapi merupakan pedagang pendatang yang berasal dari kota-kota di wilayah Provinsi Jawa Tengah, misalnya Kabupaten Klaten, Sukoharjo, Surakarta, dan Yogyakarta. Para pedagang angkringan dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya tidak secara terpisah atau usaha sendiri-sendiri tetapi mereka membentuk sebuah kelompok yang saling membantu satu sama lain. Berdasarkan kepemilikan gerobak untuk jualan maupun penyediaan makanan dan jajanan yang akan disajikan, pedagang angkringan di kota Ponorogo dapat digolongkan menjadi tiga golongan (Santoso, 2006), yaitu pedagang yang *mandiri*, *semi mandiri* dan *non mandiri*.

Seorang pedagang angkringan dikatakan sebagai pedagang yang *mandiri* adalah mereka yang memiliki gerobak sendiri sekaligus menyiapkan makanan dan jajanan sendiri, kendati tetap dan selalu bersedia menerima makanan titipan. Pedagang angkringan yang termasuk dalam golongan *semi mandiri* adalah mereka yang memiliki gerobak sendiri tetapi makanan dan jajanan dipasok oleh orang lain, biasanya oleh ketua kelompok. Sedangkan pedagang angkringan

yang termasuk dalam golongan *non mandiri* adalah mereka yang menyewa gerobak dan sekaligus mengambil makanan dan minuman dari ketua kelompok, sehingga sifatnya hanya menjualkan saja.

Pedagang angkringan yang termasuk golongan mandiri secara otomatis menjadi ketua kelompok, biasa disebut *juragan* atau *bos*, sedangkan pedagang angkringan yang termasuk golongan semi mandiri dan non mandiri menjadi anggota kelompok. Seorang ketua kelompok biasanya mempunyai anggota sebanyak empat sampai dengan enam orang pedagang. Ketua kelompok biasanya mengontrak sebuah rumah atau mempunyai rumah sendiri di kota Ponorogo, yang ditempatinya bersama istri dan anaknya. Di rumah tersebut, istri ketua kelompok mempunyai usaha membuat makanan dan jajanan yang akan dijual oleh suaminya (ketua kelompok) maupun anggota kelompoknya. Selain keluarga ketua kelompok, di rumah tersebut juga tinggal beberapa anggota kelompoknya (Santoso dan Harsono, 2013).

Pedagang angkringan dalam menjalankan usahanya menggunakan sebuah gerobak dari kayu dan pada malam hari menggunakan lampu kecil dengan bahan bakar minyak tanah (Orang Jawa menyebut *lampu thinthir* atau *teblok*) untuk penerangan. Mereka menjajakan makanannya mulai selepas sore (sekitar jam lima sore) sampai menjelang dini hari (sekitar jam satu sampai dengan jam dua malam). Biasanya pedagang angkringan memarkir gerobaknya di trotoar jalan kemudian menutupi bagian depan dengan terpal mulai dari atap gerobak sampai ke tanah, mirip sebuah tenda. Di dalam tenda dan di setiap sisi gerobak angkringan dipasang bangku untuk tempat tempat duduk pembeli, sedangkan disekitarnya dibersihkan dan disediakan tikar plastik bagi pembeli yang suka duduk di bawah atau lesehan.

Di dalam gerobak pada bagian kanan terdapat kompor arang untuk memanaskan air dan di atasnya terdapat tiga teko besar. Tiga teko besar tersebut sebagai ciri khas dari angkringan dan menjadi pembeda dengan warung kopi lesehan (pedagang asli Ponorogo). Tiga teko besar tersebut satu berisi air putih yang dididihkan, satu berisi wedang jahe dan satunya lagi berisi wedang teh. Di bagian kiri ketiga teko besar tersebut, biasanya diisi dengan bungkus nasi, lauk seperti *ceker* (kaki ayam), tempe dan tahu bacem serta beberapa jenis sate, seperti sate usus dan sate telur puyuh. Nasi bungkus yang disediakan biasanya disebut *sego kucing*, karena memang isinya relatif lebih sedikit, berupa nasi dengan sambal teri

atau nasi dengan racikan tempe goreng. Sisi gerobak sebelah belakang (dekat dengan pedagang) biasanya digunakan untuk tempat sendok, berbagai rokok eceran, tempat gula dan kopi. Cadangan gula dan kopi, cadangan rokok dan bahan minum lainnya biasanya disimpan di dalam laci bagian atas gerobak, sementara laci kecil di bawah tumpukan makanan digunakan untuk menyimpan uang. Bagian belakang dari tempat duduk pedagang disediakan dua atau lebih ember berisi air yang digunakan untuk persediaan air bersih yang akan dimasak dan untuk mencuci gelas yang kotor.

MODAL SOSIAL KELOMPOK PEDAGANG

Modal sosial berintikan kepercayaan (*trust*) yang merupakan dimensi dari kehidupan yang sangat⁶⁸ menentukan dalam menuju keberhasilan pembangunan ekonomi. Kepercayaan adalah harapan yang tumbuh didalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, dan kerja sama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Coleman memandang modal sosial dari sudut pandang struktur sosial yang memiliki berbagai tindakan dan aturan yang dapat dimanfaatkan secara bersama seperti kewajiban dan harapan, saluran informasi, ketaatan terhadap sanksi, dan norma-norma. Dengan demikian, dalam modal sosial terdapat empat bentuk yang menjadi komponen penting, yaitu *trust* (kepercayaan), *belief* (percaya), *norms* (norma-norma), *rules* (aturan-aturan), dan *networks* (jaringan).

Modal sosial yang berjalan dalam kelompok pedagang angkringan dimulai sejak seorang ketua kelompok yang sudah mempunyai banyak pengalaman berupaya untuk menambah anggotanya dengan jalan memberikan informasi, baik kepada pelanggan, teman, maupun kerabat dari daerah asalnya. Informasi yang disampaikan terkait perkembangan usaha angkringan dan sekaligus mengajak mereka untuk membuka usaha angkringan di Kota Ponorogo. Dalam hal ini, nilai kepercayaan dan saling percaya mulai dibangun sebagai modal dasar untuk membentuk sebuah jaringan usaha yang kuat.

Ketika sebuah kelompok pedagang angkringan telah terbentuk, maka mulai terjalin pembagian kerja, adanya aturan dan norma yang jelas dan disepakai bersama antara ketua kelompok dengan anggotanya. Ketua kelompok mempunyai wewenang untuk membuat jajanan dan makanan yang akan disajikan di angkringan. Jajanan

dan makanan tersebut selain dijual oleh ketua kelompok sendiri juga akan diambil oleh para anggota kelompoknya dan mereka berhak mengambil keuntungan dari hasil penjualan jajanan dan makanan tersebut. Jajanan dan makanan yang tidak laku dijual akan dikembalikan kepada ketua kelompok dan tidak wajib dibayar. Selain itu, jika terdapat anggota kelompok yang tidak mempunyai gerobak angkringan dan tidak mampu untuk mengadakan sendiri, maka ketua kelompok menyewakan gerobak angkringan kepada anggota kelompok tersebut.

Adanya kejelasan pembagian kerja, aturan dan norma antara ketua dengan anggota kelompok pedagang angkringan di Kota Ponorogo tersebut bukan berarti ketua kelompok tidak lagi membantu anggotanya dalam bidang yang lain. Ketua kelompok tetap membantu anggotanya mulai mencarikan lokasi usaha yang strategis, membantu permodalan dan menyediakan tempat tinggal.

POLA JARINGAN USAHA

Usaha sektor informal berupa pedagang angkringan di Kota Ponorogo telah tumbuh dan terus berkembang dari tahun ke tahun. Mereka mampu bertahan hidup dan bersaing dengan pedagang warung kopi permanen maupun lesehan yang sudah lama ada di Kota Ponorogo. Kemampuan mereka tersebut, tidak hanya dikarenakan semangat kerja yang tinggi tetapi juga terdapat faktor pendukung yang penting, yaitu jaringan usaha yang mereka bentuk.

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam modal sosial kelompok pedagang bahwa jaringan usaha terbentuk dengan didasari modal kepercayaan yang mereka jalin. Modal kepercayaan sangat dibutuhkan dalam mengembangkan jaringan usaha, khususnya pada saat mencari atau menambah anggota kelompok maupun pada saat anggota kelompok menjalankan usahanya. Seorang ketua kelompok pedagang angkringan, disamping tetap menjalankan usaha angkringan, juga berusaha menambah anggota baru baik dari daerahnya sendiri, daerah lain, maupun orang Ponorogo asli.

Keberadaan jaringan usaha angkringan ini menjadi penting, baik ketua kelompok maupun anggota kelompok dalam mengembangkan usaha mereka. Bagi ketua kelompok dengan adanya jaringan usaha maka akan semakin mampu menumbuhkembangkan usahanya dan akhirnya berdampak pada

peningkatan kesejahteraan keluarganya. Sampai saat ini, mayoritas ketua kelompok pedagang angkringan sudah mampu membeli rumah di Ponorogo dan memboyong keluarga mereka untuk tinggal di Ponorogo. Selain rumah sebagai tempat tinggal, mereka juga telah memiliki kendaraan berupa mobil atau sepeda motor serta memiliki usaha lain untuk keluarganya. Sedangkan bagi anggota kelompok, dengan masuk ke jaringan usaha angkringan mereka mampu bekerja memenuhi kebutuhan keluarga yang biasanya masih berada di daerah asal. Meskipun pada awalnya mereka tidak membawa modal finansial, mereka tetap bisa bekerja menjadi pedagang angkringan dengan jalan mendapatkan pinjaman gerobak dari ketua kelompoknya. Disamping itu, jika mereka belum mampu menyewa rumah sendiri juga bisa menumpang tinggal di rumah ketua kelompoknya.

Berdasarkan uraian tentang jaringan usaha tersebut di atas, keberadaan jaringan usaha kelompok pedagang angkringan di Kota Ponorogo dapat dipolakan sebagai berikut:

1. Jaringan usaha dapat dibentuk dengan pondasi faktor kepercayaan, norma dan aturan yang disepakati bersama oleh ketua dengan anggota kelompok.
2. Jaringan usaha menjadi faktor pendorong untuk tumbuhkembangnya pedagang angkringan sehingga mereka tetap mampu bertahan hidup menghadapi persaingan dan mengembangkan usahanya.
3. Jaringan usaha mampu memberikan sumbangan yang berarti dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga anggota kelompok dan meningkatkan kesejahteraan dan status sosial ketua kelompok.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- a) Jaringan usaha kelompok pedagang sektor informal dapat terwujud dengan didasari faktor kepercayaan di antara mereka;
- b) Upaya menumbuhkembangkan usaha pada jaringan kelompok sektor informal, disamping adanya dukungan faktor kepercayaan, juga didukung faktor kejelasan norma atau aturan yang disepakati bersama; dan
- c) Keberadaan jaringan usaha kelompok sektor informal mampu menjadikan mereka untuk meningkatkan usaha,

mampu menghadapi persaingan, meningkatkan penghasilan, dan mampu meningkatkan status sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Campbell, T., 1994, *Tujuh Teori Sosial*, Diterjemahkan oleh F. Budi Hamidan, Penerbit Kanisiun, Yogyakarta.
- Damsar, 1997, *Sosiologi Ekonomi*, Cetakan Pertama, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Irianto, A. M., 2014, *Strategi Adaptasi PKL Kota Semarang: Kajian tentang Tindakan Sosial*, Jurnal Komunitas 6 (1) 2014, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mulyanto, 2007, *Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Kaki Lima Menetap (Suatu Survei pada Pusat Perdagangan dan Wisata Di Kota Surakarta)*, dalam Jurnal BENEFIT, Vol. 11, No. 1, Juni 2007.
- Raiz, R., 2009, *Modal Sosial sebagai Strategi Pengembangan Madrasah*, Libang dan Diklat Departemen Agama Islam Republik Indonesia.
- Santoso, S., 2006, *Kemampuan Bertahan Pedagang Warung Hik di Kota Ponorogo (The Survival of Hik Vendors in Ponorogo)*, dalam Jurnal Penelitian Humaniora (Terakreditasi), Volume 7, Nomor 2, Agustus 2006, Univ. Muhammadiyah Surakarta.
- Santoso, S., 2007, "Peran Modal Sosial terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima di Ponorogo", dalam Jurnal Aspirasi (Terakreditasi), Volume XVII, Nomor 1, Juli 2007, FISIP Universitas Jember.
- Santoso, S. dan Harsono, J., 2013, *Pola Solidaritas dan Mobilitas Kelompok Pedagang Angkringan di Kota Ponorogo; Tahun Kedua: Pola Mobilitas Kelompok Pedagang Angkringan Asal Jawa Tengah ke Kota-Kota di Jawa Timur*, Penelitian Fundamental (Ditjen Dikti depdiknas RI), dengan Surat Perjanjian Penelitian No: 023/SP2H/PDSTRL/K7-KL/II/2013.
- Setia M. R., 2008, *Ekonomi Informal Perkotaan: Sebuah Kasus tentang Pedagang Kaki Lima di Kota Bandung*, dalam <http://www.ekotiga.org/> diunduh pada tanggal 1 Maret 2016.
- Setiawan, B. B., 2004, *Ruang Publik dan Modal Sosial: Privatisasi Ruang di Kampung*, Universitas Gadjah Mada, dalam Info URDI Volume 17, Yogyakarta.

Soeratno, 2000, *Analisa Sektor Informal: Studi Kasus Pedagang Angkringan di Gondokusuman Yogyakarta*, Jurnal OPTIMUM, Volume 1, Nomor 1, September 2000, Yogyakarta.

Stompka, Piotr, 2008, *Sosiologi Perubahan Sosial*, diterjemahkan oleh Alimandan, Penerbit Prenada Media Group, Jakarta.

PEMASARAN JARINGAN: Strategi Mengembangkan Usaha

Riza Dessy Nila Ayutika, SE., MM.³

Dwi Warni Wahyuningsih, SE, MM.

Dr. Slamet Santoso, SE, M.Si.

Fundamental perekonomian Indonesia saat ini mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM memiliki peran strategis dalam pendapatan nasional, dan dalam mengurangi pengangguran, sektor UKM memiliki peran vital dalam rangka menciptakan pertumbuhan lapangan kerja. UKM merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi masalah kemiskinan dan pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi serta dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Fitriati, 2015).

Kinerja pemasaran jaringan merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar dari produk seperti tingginya volume produksi, tingginya penjualan, serta tingginya profitabilitas pemasaran, yang digunakan sebagai cermin dari keberhasilan usahanya di kancah persaingan dunia usaha. Sedangkan kinerja pemasaran buruk ditandai dengan menurunnya penjualan dibanding dengan tahun sebelumnya (Adipoetra, 2004).

Adanya kinerja pemasaran jaringan yang buruk dari suatu organisasi bisnis tentunya sangat perlu untuk dicari sumber permasalahannya (Griffin, 2007). Dalam hal ini tentunya akan mengancam keberlangsungan usaha. Sehingga perlu adanya inovasi terbaru dengan beberapa strategi untuk dapat mempertahankan dan

³ Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pemasaran Jaringan: Strategi Mengembangkan Usaha ini merupakan intisari dari hasil penelitian yang berjudul Peran Modal Sosial terhadap Kelangsungan Bisnis Jaringan (Studi Kasus Kelompok Pemasar Produk Secara Sistem Jaringan di Ponorogo) pada tahun 2020, dengan Tim Peneliti: Riza Dessy Nila A., SE., MM, Dwi Warni Wahyuningsih, SE, MM, dan Dr. Slamet Santoso, SE, M.Si. Luaran Hasil Penelitian ini berupa Hak Cipta Video yang berjudul Peran Modal Sosial terhadap Kelangsungan Bisnis Jaringan, Nomor Permohonan: EC00202107820; Nomor Pencatatan 000234429.

meningkatkan pemasaran. Bila strategi pemasaran baik tentunya pasar akan semakin dikuasai (Kotler dan Amstrong, 2008).

PEMASARAN DENGAN SISTEM JARINGAN

101

Keputusan pembelian merupakan proses penentuan pilihan dari konsumen dengan berbagai alternatif pilihan yang ada terhadap produk pilihan yang paling sesuai dengan produk pilihan yang paling dibutuhkan (Irawan, 2008). Namun demikian pemasaran produk dengan melalui sistem jaringan saat ini di nilai memiliki daya tarik tersendiri selain karena produk yang di dihasilkan tersebut memang dibutuhkan atau karena adanya faktor lain untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Faktor yang dinilai mampu membantu meningkatkan perekonomian masyarakat adalah pada sistem pemasaran jaringan terdapat marketing plan yang memberikan bonus secara tersistem, jelas, dan terperinci berdasarkan hasil pemasaran produk yang telah dilakukan (Irawan, 2008).

Pemasaran dengan menggunakan sistem penjualan banyak memberikan kemudahan serta keuntungan bagi calon pembeli. Tentunya dalam hal ini tidak terlepas dengan kualitas produk yang dihasilkan. Selain kualitas produk yang dilihat oleh calon pembeli, hal lain yang menjadi pertimbangan calon pembeli adalah bagaimana dengan harga pada setiap produk. Kemudian berdasarkan ketepatan informasi memberikan wawasan mengenai nilai guna pada setiap produk yang dihasilkan. Namun unsur kualitas produk, harga dan juga informasi perlu didukung dengan adanya sikap percaya terhadap produk yang dijual dan siapa yang menjual. Hal ini tentunya sangat berkaitan erat dengan keputusan pembelian. Namun demikian, terdapat tiga hal harus dicermati dalam pemasaran jaringan, yaitu: a) Pemasaran jaringan memiliki hubungan secara menyeluruh antara pemasara, pemasok, pelanggan dan menciptakan sebuah kebersamaan. Konsep pemasaran jaringan berbeda dengan konsep pemasaran; b) Pemasaran jaringan membutuhkan proses interaktif bukan pertukaran dan transaksi seperti halnya prinsip pemasaran; dan c) Pemasaran jaringan merupakan suatu aktifitas yang saling ketergantungan dan mengutamakan sebuah kerjasama antara produsen dengan pelanggan.

Berdasarkan pemikiran tersebut pemasaran jaringan ini sebagai suatu disiplin, tidak jauh berbeda dengan perilaku konsumen, maupun strategi pemasaran. Pemasaran jaringan

mengutamakan pentingnya menjaga hubungan dengan pelanggan, para pemasok, dan distributor untuk menjaga kelangsungan hidup suatu organisasi. Pemasaran jaringan memiliki suatu kegiatan tersendiri sebagai disiplin dalam program pengembangan kegiatan pemasaran. Persekutuan bisnis merupakan wujud dari pemasaran jaringan. Usaha untuk saling menyatukan sebuah pemikiran atau gagasan dalam menyatukan sumberdaya mereka dalam suatu usaha memiliki maksud supaya tercapai apa yang telah menjadi tujuan awal dan tepat sasaran dan dapat dipertukarkan satu sama lain yang disadari tidak mudah dicapai secara individu. Perubahan kondisi pemasaran seperti ini disebabkan karena faktor perkembangan teknologi dari tahun ketahun yang begitu cepat.

104

Pertumbuhan perekonomian dunia saat ini telah mencapai situasi dimana persaingan sangat ketat dan menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis di setiap sektor kegiatan perekonomian. Dampak dari sebuah perdagangan bebas maka tingkat persaingan usaha menjadi sangat tinggi dan menyebabkan perusahaan kesulitan mencari pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2008). Sehingga dalam hal ini upaya yang paling tepat adalah mempertahankan pelanggan.

Faktor utama yang memiliki peran utama dalam keunggulan bersaing pada situasi yang penuh dengan persaingan adalah dengan meningkatkan kemampuan untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 1468). Kesetiaan pelanggan menjadi tolak ukur kunci keberhasilan perusahaan tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga merupakan keunggulan bersaing dalam jangka yang berkelanjutan. Pendekatan kemitraan menekankan pentingnya hubungan baik dalam jangka panjang terhadap pelanggan, supliyer, agen dan pengecer. Dalam struktur organisasional kesadaran tersebut dapat diwujudkan dengan melalui komitmen untuk mendapatkan pelanggan dan dapat dipercaya harapannya adalah untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga seluruh anggota organisasi harus memahami maksud dan tujuan dari pemasaran jaringan.

Pemasaran jaringan dipandang sebagai koreksi yang mendasar atas konsep penjualan, konsep pemasaran, maupun konsep pemasaran sosial. Pada pemasaran melalui konsep jaringan ini lebih menitik beratkan pada kesejahteraan konsumen dan memahami lingkungan. Selanjutnya diterapkan konsep terbaru adalah *relationship marketing*, dimana antara pihak pemasar dan

pelanggan saling bekerjasama untuk menciptakan suatu nilai tambah dan manfaat yang saling menguntungkan (Kotler dan Armstrong, 2008). Sehingga pemasaran jaringan memiliki tiga perbedaan dalam konsep sebelumnya, yaitu waktu, asumsi kriteria keputusan pembelian, dan tujuan transaksi.

Berdasarkan pengembangan pemasaran jaringan merupakan strategi yang meliputi kualitas layanan, hubungan penetapan harga, hubungan konsumen, pelayanan tambahan dan internal pemasaran. Pelayanan yang utama pada dasarnya dibangun dengan menarik pelanggan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan, membangun segmen bisnis dengan kualitas pelayanan yang bersifat jangka panjang. Keberadaan pengusaha Usaha Kecil Menengah atau disingkat UKM dengan pemasaran sistem jaringan merupakan suatu bidang usaha yang saat ini semakin berkembang di wilayah perkotaan dan banyak masyarakat yang hingga saat ini terus bermitra dengan penjualan produk bersistem jaringan (Fitriati, 2015). Salah satu strategi yang dikembangkan pengusaha UKM adalah dengan membentuk kelompok mitra pemasar (Irawan, 2008). Keberadaan kelompok usaha pemasar jaringan tersebut menjadi sangat penting karena mereka dapat saling membantu mengembangkan pemasaran produk secara bersistem dan terperinci sesuai dengan standar pemasaran.

Pemasaran sistem jaringan memiliki keunikan karena dinilai memiliki keunggulan kompetitif yang ada dalam kelompok mitra usaha yang dilandasi dengan nilai kepercayaan yang melekat antara mitra yang satu dengan mitra yang lainnya sehingga memiliki team pemasaran yang memiliki karakter strategi pemasaran tersendiri (Irawan, 2008). Para pengusaha memiliki rasa saling menolong atau saling membantu dalam upaya pengembangan usaha. Nilai kepercayaan dan sikap saling menolong tidak terbatas pada permasalahan finansial besarnya modal yang harus dikeluarkan, akan tetapi berupa informasi yang penting tentang adanya peluang usaha, membantu tempat tinggal dan membantu mencarikan ijin untuk menempati sebuah lokasi usaha yang strategis (Santoso dan Harsono, 2014).

Pemasaran sistem jaringan dipandang memiliki solidaritas dan mobilisasi yang dilakukan oleh para pedagang atau para pelaku usaha yang di dorong oleh tiga faktor, yaitu adanya saling memberikan informasi mengenai peluang usaha, adanya semangat dalam upaya mengembangkan usaha serta sikap yang pantang

menyerah untuk peningkatan kondisi perekonomian keluarga yang lebih baik yang tergolong dalam usaha pemasaran produk sistem jaringan.

MODAL SOSIAL

Modal sosial merupakan sumber daya yang melekat dalam hubungan sosial yang diinstitusionalisasikan kedalam kehidupan bersama, peran, wewenang, tanggung jawab, sistem pengorganisasian dan keterikatan lainnya yang menghasilkan tindakan kolektif. Individu yang terlibat dalam hubungan sosial dapat mempergunakan sumber daya sosial ini untuk kepentingan pribadi maupun kelompok. Modal sosial sebagai hubungan yang tercipta dari norma sosial yang menjadi perekat sosial, yaitu terciptanya sebuah kesatuan dalam anggota kelompok secara bersama-sama. Sejumlah definisi modal sosial dipaparkan oleh para ahli (Schaefer, 2012), seperti:

- a. Uphoff dalam Hobbs mendefinisikan bahwa modal sosial dapat ditentukan sebagai akumulasi dari beragam tipe dari aspek sosial, psikologi, budaya, kelembagaan, dan aset yang tidak terlihat (*intangible*) yang mempengaruhi perilaku kerjasama.
- b. Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai gambaran kelembagaan sosial, seperti jaringan, norma, dan kepercayaan sosial, yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama yang saling menguntungkan.
- c. Hobbs mendefinisikan modal sosial sebagai fitur organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma (etika timbal balik), dan jaringan (keterlibatan sipil), yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan terkoordinasi. Secara luas disepakati bahwa fasilitas modal sosial yang saling menguntungkan adalah aksi kolektif.
- d. Partha dan Ismail mendefinisikan modal sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat pada spektrum yang luas, yaitu sebagai perekat sosial (*social glue*) yang menjaga kesatuan anggota kelompok secara bersama-sama)

Modal sosial memiliki tiga unsur dan komponen pokok yang mana ketiga unsur ini mengandung unsur, komponen, sumber daya dan elemen yang sangat penting dalam sebuah modal sosial yaitu

kepercayaan (*trust*), nilai dan norma (*norms*) dan jaringan (*networks*). Penjelasan ketiga komponen modal sosial tersebut sebagai berikut:

a. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan (*trust*) merupakan variabel yang dinilai menjadi sangat penting dalam kelangsungan sebuah bisnis. Karena adanya sebuah kepercayaan diharapkan mempermudah dalam bermitra dan mengembangkan sebuah jaringan. Namun kepercayaan tidak hanya didasarkan atas hubungan tatap muka antara dua orang atau lebih. Kepercayaan bisa menjadi atribut institusi dan kelompok maupun individu dan sering kali didasarkan atas reputasi yang diperantarai oleh pihak ketiga. Sehingga peran kepercayaan memainkan peran vital dalam memperoleh akses

130 faat jaringan.

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan bahwa pernyataan pihak lain (perusahaan) dapat diandalkan untuk memenuhi kewajibannya. Sehingga faktor kepercayaan dinilai sangat penting sebagai dasar hubungan yang 178 strategis. Tanpa adanya suatu kepercayaan maka hubungan tidak akan berjalan dengan lancar dan dalam jangka waktu yang panjang 49

Kepercayaan konsumen merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang obyek, atribut, dan manfaatnya. Obyek tersebut bisa berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu yang mana seseorang memiliki sebuah kepercayaan. Sedangkan atribut merupakan karakteristik yang dimiliki ataupun tidak dimiliki oleh obyek. Kepercayaan merupakan kunci dari sebuah model *relationship marketing*. Sesuai dengan teori bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan antara penjual dan pembeli, maka semakin besar peluang untuk melanjutkan suatu relasi dalam waktu yang berkelanjutan dan berkesinambungan.

Kepercayaan meningkatkan kemampuan manusia untuk bekerja sama bukan berdasarkan dari kalkulasi rasional kognitif, tetapi dengan pertimbangan dari sebuah ukuran penyangga antara keinginan yang sangat diperlukan dan diharapkan secara parsial akan tidak mengecewakan.

b. Norma (*Norms*)

Pada masyarakat Jawa khususnya, norma-norma dan nilai-nilai kehidupan masyarakat dan tetap di pelihara sebagai budaya peninggalan nenek moyang. Masyarakat Ponorogo khususnya tetap mempertahankan gotong-royong yang merupakan bentuk

kerja sama yang tumbuh dalam masyarakat di Ponorogo untuk saling bantu membantu dan saling tolong-menolong menghadapi kendala hidup baik pe²⁶ngan maupun kelompok.

Norma adalah bagian modal sosial yang terciptanya tidak dibentuk oleh birokrat atau pemerintah, melainkan melalui tradisi, sejarah, tokoh karismatik yang membangun sesuatu tata cara perilaku seseorang atau sesuatu kelompok masyarakat, didalamnya lalu akan timbul modal sosial secara spontan dalam kerangka menentukan tata aturan yang dapat mengatur kepentingan pribadi dan kepentingan kelompok.

Norma menjadi sebuah dasar atau panutan dalam sebuah organisasi maupun perusahaan yang menjadikan sebuah dasar dalam bertindak dan menentukan sebuah keputusan. Aturan dapat didefinisikan sebagai standar yang ¹⁷⁶iliki seseorang, organisasi, maupun perusahaan tentang apa yang benar dan apa yang salah, tentang apa yang baik maupun apa yang tidak baik.

Sehingga dalam hal ini, aturan menjadi sangat penting untuk melangsungkan bisnis yang tujuannya adalah sesuai dengan target yang ditentukan serta memberikan dampak baik dalam keberlangsungan sebuah usaha. Aturan dapat dibedakan menjadi tiga bentuk, yaitu 1) Etika deskriptif yang menjelaskan tentang bagaimana bisa mengenali, membandingkan dan membedakan berbagai sistem moral, praktek, kepercayaan, prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang berbeda; 2) Etika normative yang merupakan pemahaman yang diperoleh dari etika deskriptif dan berusaha untuk terus mengembangkan sebuah sistem aturan yang terpadu; dan 3) Etika meta merupakan studi dari etika normatif. Dalam hal ini sering disebut dengan *analytical ethics*. Etika meta ini erat hubungannya dengan istilah moral yang meliputi penjelasan dan penilaian serta investigasi dari sebuah argument.

c. Jaringan Sosial (*Networks*)

Jaringan merupakan salah satu dimensi sosial selain kepercayaan dan aturan. Konsep jaringan dalam konsep capital sosial lebih memfokuskan pada aspek ikatan antar simpul yang bisa berupa orang atau kelompok (organisasi). Sehingga dalam hal ini terdapat pengertian adanya hubungan sosial yang diikat oleh adanya kepercayaan yang mana kepercayaan tersebut dipertahankan dan dijaga oleh norma-norma yang ada.

Pada konsep jaringan ini terdapat unsur ²⁸rja yang melalui media hubungan sosial menjadi kerjasama. Pada dasarnya jaringan

sosial terbentuk karena adanya rasa saling ingin tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. Konsep sosial dalam modal sosial menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif.

Studi-studi mengenai jaringan dalam perspektif sosial ekonomi masih didominasi oleh topik-topik yang mengaitkan jaringan sosial itu dengan kesejahteraan, kemiskinan, ataupun pembangunan ekonomi pada umumnya. Sebagian besar sistem sosial masyarakat Indonesia memiliki spesifikasi struktur maupun kultur, yang didalamnya mengandung capital sosial yang potensinya beragam, sehingga pengembangan dan pemberdayaan jaringan sosialnya juga relative berbeda dan terkait dengan sifat ikatan sosial di setiap wilayah. Oleh karenanya sangat penting untuk menganalisis aspek kekuatan ikatan (lemah atau kuat), aspek menyambung (lemah atau kuat), dan aspek mengait (lemah atau kuat) dalam pengembangan jaringan sosial.

Modal sosial merupakan energi pembangunan. Hal ini dikarenakan modal sosial akan mempengaruhi kekuatan masyarakat dan dasar kemasyarakatan dalam memecahkan permasalahan yang timbul. Modal sosial akan memberikan dorongan keberhasilan bagi berbagai pihak karena dapat mendorong masyarakat secara swadaya untuk mencapai tujuan yang maksimal. Modal sosial dapat diterapkan untuk berbagai kebutuhan, namun yang paling banyak adalah untuk upaya pemberdayaan masyarakat. Perhatian mengenai peran modal sosial semakin mengarah pada persoalan pembangunan ekonomi yang bersifat lokal, termasuk mengenai pengurangan tingkat kemiskinan.

Modal sosial merupakan corak kehidupan sosial yang terdiri dari jaringan, norma, dan kepercayaan yang membuat para partisipan sanggup untuk bertindak efektif secara bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, modal sosial dapat mempengaruhi ikatan antar relasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Hubungan etnis yang kuat di dalam masyarakat lokal dapat menopang mayoritas pengusaha kecil untuk bisa diandalkan.

Pengelola usaha kecil bisa mendapatkan akses pinjaman kredit dengan bunga sedikit, meminjam satu sama lain ketika mereka memiliki perintah produksi yang besar, berbagi alat dan informasi produk. Selain itu, jaringan antar mereka dapat membantu dalam

menentukan operasi dari banyak perusahaan, dan bahkan dapat menguntungkan. Adanya ikatan modal sosial yang melibatkan kerjasama yang erat dari jaringan keluarga membantu membentuk iklim kepercayaan di antara kelompok-kelompok tertentu dari pengusaha lokal dan mengangkat tingkat kerjasama perusahaan. Proses dinamis tersebut adalah pihak ketiga membantu membangun kembali kepercayaan agregat dalam hubungan bisnis yang sangat kompetitif dan percaya kepada beberapa kelompok perusahaan. Kelompok perusahaan sekarang ini sering ditantang untuk bersaing, mengingat pasar yang semakin mengglobal. Kerjasama dan kompetisi adalah suatu prestasi yang kognitif sulit dicapai, terutama mengingat bahwa ketidakpercayaan kadang ada di dalam perusahaan.

BISNIS JARINGAN

Pemasaran dengan sistem jaringan merupakan salah satu sistem pemasaran dengan memanfaatkan pelanggan sebagai jaringan distribusi. Konsep pemasaran ini memberikan kesempatan kepada konsumen atau pelanggan untuk mampu terlibat secara aktif untuk terlibat sebagai penjual serta mendapatkan keuntungan dari garis kemitraannya. Anggota yang tergabung di dalamnya disebut dengan distributor atau mitra usaha. Konsep pemasaran seperti ini merupakan konsep pemasaran modern melalui pengembangan jalur distribusi yang dibangun dengan secara permanen dengan memposisikan pelanggan sekaligus juga tenaga pemasaran.

Keuntungan pengembangan usaha dengan pemasaran sistem jaringan ini jika dilihat berdasarkan sudut pandang armada penjualannya, maka tenaga penjualannya adalah para distributor secara langsung tanpa melalui berbagai jaringan distribusi seperti harus melewati produsen – distributor atau grosir – pedagang eceran kemudian konsumen. Sehingga pada sistem jaringan ini, pengembangan usaha langsung dari pihak distributor.

Secara sistem pembagian keuntungan pada usaha dengan sistem jaringan ini adalah distributor langsung memperoleh imbalan dari perbandingan langsung usaha yang dilakukan secara langsung. Dalam hal ini pemasaran sistem jaringan saat ini dinilai memiliki keuntungan yang bisa berlipat jika dibandingkan dengan penjualan secara langsung (konvensional) yang mana keuntungan besar hanya diperoleh kepada pemilik dan para direktur berbagai perusahaan.

Dan sangat jarang sekali keuntungan tersebut juga dirasakan secara langsung oleh pegawai penjualan toko eceran. Betapapun mereka para pekerja unggul dan kerasnya dalam bekerja. Dan penjualan produk pada sistem pemasaran jaringan ini dilakukan secara langsung (*direct selling*).

Aturan dalam Binsis Jaringan

Aturan menjadi hal yang sangat penting di dalam perusahaan tanpa terkecuali berbisnis. Aturan merupakan segala ketentuan, petunjuk, patokan, dan perintah yang ditetapkan dengan tujuan untuk ditaati. Dalam hal ini dimaksudkan untuk mengatur dan mengendalikan segala kemungkinan-kemungkinan kurang baik yang terjadi. Sehingga aturan sangat diperlukan dalam rangka menjaga kestabilan dan keberlangsungan usaha. Aturan di dalam bisnis jaringan yang mendasar diantaranya adalah tata cara pendaftaran mitra baru, ketentuan mitra baru, ketentuan pembinaan mitra yang sudah terdaftar, penetapan harga, dan aturan pendistribusian produk. Sehingga dengan adanya aturan sangat membantu lancarnya keberlangsungan usaha.

Kesemuanya itu diatur untuk menyeragamkan langkah pengembangan usaha. Nilai aturan dalam bisnis jaringan yang dijalankan oleh mitra usaha dengan pemasaran sistem jaringan dapat digambarkan sebagaimana penuturan informan dibawah ini:

Bapak Kd menyampaikan bahwa:

“Memang dengan adanya aturan ini sangat membantu bagi kami dan team dalam upaya menjalankan dan mengembangkan usaha. Bagaimana cara kita dalam mengelola mitra, baik calon mitra maupun yang sudah bermitra. serta penetapan harga penjualan produk, yang akan dijual kepada yang sudah bermitra ataupun yang belum bermitra. Karena ada perbedaan harga tentunya. Selain penetapan harga, untuk jalur pendistribusian adanya stockist juga sudah diatur langsung dari perusahaan bahwasannya setiap kota hanya ada satu stockist. Adapun aturan-aturan lain yang mengatur dan mengawal demi lancarnya keberlangsungan usaha. Sehingga dengan adanya aturan ini diharapkan mampu membawa bisnis ini menjadi lebih terarah dan tersistem”.

Bapak Jf menyampaikan bahwa:

“Dengan adanya aturan ini sangat membantu untuk menyeragamkan dalam menjalankan usaha. Karena karakter setiap mitra usaha berbeda-beda. Dikhawatirkan beberapa mitra tertentu memberikan harga lebih yang orientasinya adalah keuntungan yang lebih besar. Jika hal ini terjadi yang dirugikan adalah pembeli atau calon mitra usaha”.

Mengembangkan Jaringan dan Kepercayaan

Pengembangan usaha merupakan usaha yang harus dijalankan oleh setiap mitra usaha yang sudah terdaftar secara resmi pada perusahaan. Yang dalam hal ini mitra usaha harus mampu mengembangkan jalur distribusi dengan membangun beberapa reseller di dalam jaringan pemasarannya. Hal ini dimaksudkan untuk mempercepat pengembangan omset melalui sistem jaringan.

Dalam upaya mengembangkan jaringan pemasaran diperlukan sistem pengembangan yang sudah diatur oleh perusahaan guna mempercepat pergerakan usaha. Untuk itu perusahaan mengadakan pelatihan dan training yang di khususkan untuk mitra usaha baru dimaksudkan mempermudah jalannya pengembangan usaha. Ada beberapa tingkatan pelatihan untuk mitra usaha sesuai dengan jenjang dan tingkat prestasi penjualan. Selain pelatihan yang diselenggarakan secara langsung oleh perusahaan, maka masing-masing team penjualan mengadakan *home sharing* dimaksudkan untuk menindaklanjuti secara langsung ilmu yang terdapat pada pelatihan perusahaan. Sehingga dalam hal ini ada kerjasama yang kuat antara mitra usaha dan perusahaan dalam upaya mengembangkan pemasaran produk dengan melalui sistem jaringan.

Pelatihan dan training perusahaan memang dapat membantu besarnya usaha. Namun secara umum faktor utama yang paling bisa membantu dalam pengembangan usaha dengan sistem jaringan yang baik tidak terlepas dengan adanya saling percaya. Kepercayaan menjadi faktor utama dalam upaya pengembangan usaha sistem jaringan. Hal ini dikarenakan sistem jaringan haruslah memiliki *team reseller* yang tentunya ada keterkaitan kegiatan pengembangan usaha. Dengan kepercayaan yang tinggi, usaha pengembangan jalur distribusi tidak membutuhkan waktu yang lama untuk bisa menghasilkan omset sesuai dengan ketentuan perusahaan. Nilai

pengembangan sistem jaringan sebagaimana dapat dituturkan oleh informan dibawah ini:

Bapak Kd menyampaikan bahwa:

“Memang adanya pelatihan, training serta home sharing yang diadakan oleh perusahaan sangat membantu pergerakan dan perkembangan usaha penjualan sistem jaringan ini. Mitra usaha baru diberikan pemahaman baik dari sistem bonus perusahaan maupun macam-macam produk perusahaan beserta kandungan bahan di dalamnya. Hal ini dimaksudkan supaya mitra usaha bisa lebih yakin terhadap perusahaan serta produk-produk perusahaan. Memang sangat terlihat sekali perbedaannya antara mitra yang sudah mengikuti pelatihan dan yang belum”.

“Menjaga kepercayaan dan saling percaya dengan sesama mitra usaha menjadi faktor utama pengembangan usaha sistem jaringan. Kepercayaan ini dibangun atas dasar sikap kita. Karena dalam hal ini penjualan dengan dengan sistem jaringan diperlukan kekompakan dan harus sevisi misi. Sehingga muncul team penjualan. Apabila team solid, kompak dan saling percaya maka penjualan semakin pesat terjadi. Hal inilah yang membedakan penjualan sistem konvensional pada umumnya dengan penjualan bersistem jaringan. Sehingga kepercayaan menjadi pondasi menjalankan penjualan sistem jaringan. “

Bapak Jf menyampaikan bahwa:

“Kepercayaan sangat penting untuk menjalankan pemasaran sistem jaringan. Hal ini terbukti penjualan sistem jaringan ini diminati oleh sejumlah kalangan diantaranya mulai dari pelajar, mahasiswa, dan latar belakang pekerjaan apapun ada dan mampu menjalankan usaha ini dengan adanya pelatihan resmi dari perusahaan. Pelatihan itu diikuti hanya satu kali saja dan ada dua kali pelatihan secara resmi dari perusahaan”.

Bapak Fd menyampaikan bahwa:

“Kepercayaan memang modal awal untuk memulai usaha ini, berapapun akan dikeluarkan apabila sudah percaya. Karena sebagian besar mitra usaha menitipkan impiannya melalui usaha ini. Salah satu kepercayaan itu leader yang amanah terhadap bisnisnya dan tidak berpindah-pindah bisnis. Rata-rata mitra usaha percaya diri karena terus dibimbing dan diarahkan oleh leader yang harapannya untuk tetap bisa menjaga keberlangsungan dan kelancaran usaha penjualan sistem jaringan ini. Karena keberhasilan usaha penjualan bersistem

seperti ini selain ada pada team yang tepat, kita harus melihat siapa leadernya".

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS JARINGAN

Pengelolaan bisnis jaringan tidak dapat lepas dari penguatan kelompok yang didalamnya telah disepakati secara Bersama, baik terkait aturan yang harus dijalankan, kepercayaan yang dibangun oleh kelompok tersebut, maupun upaya mengembangkan jaringan yang lebih luas. Aturan yang dibangun dalam bisnis jaringan dimulai dengan penjelasan secara informal, yaitu berbentuk diskusi kelompok, maupun dalam bentuk pelatihan-pelatihan sebagai penguatan semangat mengembangkan bisnis jaringan. Materi penting yang disampaikan dalam pelatihan tersebut adalah materi aturan bisnis jaringan dan materi pengembangan jaringan kelompok. Disamping itu, juga disampaikan materi teknik komunikasi dan meyakinkan kepada calon pembeli maupun calon anggota kelompok baru.

Bisnis jaringan tidak lepas dari penekanan kepercayaan diantara anggota kelompok. Kepercayaan ini menjadi penting dan selalu dibangun dengan saling komunikasi baik secara tidak langsung maupun beberapa kegiatan pertemuan yang biasanya dilakukan untuk mengetahui perkembangan kelompok. Dalam kegiatan pertemuan, pimpinan kelompok memegang peran yang sangat penting karena harus mampu memberikan solusi jika terdapat permasalahan dan memberikan dorongan semangat kepada anggota kelompok untuk lebih mampu mengembangkan jaringannya.

Berdasarkan pembahasan temuan penelitian ini, maka dapat digambarkan pola strategi pengembangan bisnis jaringan (lihat gambar 1). Gambar 1 tersebut memberikan gambaran bahwa dalam mengembangkan bisnis jaringan diperlukan upaya:

1. Kejelasan aturan bisnis jaringan. Aturan bisnis menjadi sangat penting agar kelompok menjadi kuat dan pengembangan usaha bisnis jaringan dapat diprediksi dengan jelas atau dengan kata lain tujuan yang akan dicapai menjadi lebih transparan.
2. Penguatan kepercayaan dalam bisnis jaringan. Kepercayaan menjadi pondasi dasar untuk pengembangan bisnis jaringan. Kepercayaan yang dibangun tidak hanya antar anggota kelompok namun juga dengan konsumen dan calon anggota baru yang akan masuk kelompok.



Gambar 1. Pola Strategi Pengembangan Bisnis Jaringan

3. Pengembangan jaringan. Upaya pengembangan jaringan menjadi sangat penting dan selalu dilakukan, baik dalam penguatan kelompok maupun upaya mengembangkan kelompok lainnya.
4. Penguatan kelompok dalam bisnis jaringan terbukti mampu mengembangkan bisnis, bisnis jaringan mampu bersaing dalam dunia bisnis, dan kelompok menjadi semakin kuat dan berkembang dengan baik.

111 SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah a) Bisnis jaringan merupakan salah satu fenomena yang menarik dan tetap berkembang sampai dengan saat ini; b) Penguatan kelompok dalam bisnis jaringan dilakukan untuk mempertahankan kejelasan aturan, menguatkan kepercayaan sesama anggota dan pengembangan jaringan bisnis; dan c) Penguatan kelompok dalam bisnis jaringan telah mampu mengembangkan bisnisnya, mampu bersaing dan mempertahankan bisnis, dan kelompok menjadi semakin kuat dan berkembang dengan baik.

Saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut: a) Pelaku Bisnis. Kejelasan aturan dan kepercayaan menjadi pondasi dasar untuk mengembangkan bisnis sehingga mampu mengembangkan usahanya dan tetap mampu bersaing dalam persaingan bisnis. Model strategi bisnis jaringan ini dapat dikembangkan dan nilai-nilai yang dibangun menjadi penting dan

sangat bermanfaat bagi pelaku usaha dalam upaya mengembangkan usahanya; b) Peneliti selanjutnya. Penelitian ini masih sebatas pada salah satu usaha bisnis jaringan di Ponorogo. Untuk penelitian yang akan datang dapat dikaji lebih mendalam terkait bisnis jaringan yang memanfaatkan teknologi informasi, sehingga dapat dibentuk pola pengembangan bisnis jaringan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipoetra, Wilhelmia, 2004, Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran dengan Konsep *Marketing Strategy Making Process* Melalui kreatifitas Strategi dan Pembelajaran Organisasi¹⁴¹ Tesis. Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro
- Fitriati, Rachma, 2015, *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif*. Jakarta: Buku Obor¹⁰⁵
- Griffin, J., 2007, *Customer Loyalty*. Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketujuh. Yogyakarta: Penerbit Liberty¹³²
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi duabelas: Erlangga.¹⁴⁹
- Santoso, Slamet. dan Harsono, Jusuf., 2014, "*Pola Solidaritas Kelompok Pedagang Warung Angkringan di Kota Ponorogo*", dalam Jurnal *Sosiohumaniora* Volume 16 Nomor 1 Maret 2014 (ISSN 1411-0911, Terakreditasi) Penerbit LPPM Universitas Padjajaran.
- Schaefer, Richard T., 2012, *Sosiologi*. Diterjemahkan oleh Anton V., dan Diah Tantri D. Jakarta: Salemba Humanika.

KINERJA KEUANGAN UMKM: Masa Pandemi Covid-19

Ardyan Firdausi Mustoffa, SE, M.Si.⁴
Ika Farida Ulfah, S.Pd., M.Si.
Wijianto, SE, MM.

Munculnya corona virus (covid-19) y¹²⁷ terus merajalela di Indonesia karena disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Virus ini ditemukan pertama kali di Wuhan China pada akhir tahun 2019 yang kemudian meny¹⁶ebar keseluruh dunia. Virus ini dapat meny¹⁶ebar ketika berinteraksi dengan orang yang terinfeksi atau benda yang telah terkontaminasi. Presiden Jokowi sendiri mengumumkan untuk pertama kalinya bahwa Indonesia menjadi salah satu N¹⁸⁰ra yang terjangkit virus covid-19 pada tanggal 2 maret 2020. Hal ini pun mengakibatkan pemerintah harus mengambil berbagai macam tindakan salah satunya menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan tatanan kehidupan baru (*new normal*) yang diharapkan mampu mengurangi jumlah angka covid-19, namun hingga saat ini mulai muncul varian-varian baru dari corona virus yaitu Omicron.

Salah satu usaha yang terkena dampak dari corona virus ini¹⁹⁰ adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hasil survey dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (2020) mengatakan bahwa ada sekitar 94,69% pelaku dari sektor UMKM mengalami penurunan penjualan. Hal tersebut juga menyebabkan pendapatan bersih yang diperoleh UMKM pun mengalami penurunan karena permintaan yang terus menurun, sedangkan bahan baku mengalami peningkatan, distribusi juga ikut terhambat sehingga mempengaruhi proses produksi. UMKM sendiri memiliki kontribusi yang cukup besar di¹¹¹

⁴ Ketua Program Studi D-3 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. K⁹⁴ja Keuangan UMKM: Masa Pandemi Covid-19 ini merupakan intisari dari penelitian yang berjudul Pengaruh Praktek Manajemen Keuangan, Inovasi Produk dan Inovasi Pemasaran terhadap Kir¹⁸⁸ Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Produksi Selama Masa Pand³⁹ Covid-19 di Kabupaten Ponorogo, pada tahun 2022, dengan Tim Peneliti: Ika Farida Ulfah, S.Pd., M.Si, Ardyan Firdausi Mustoffa, SE, M.Si, dan Wijianto, SE, MM., dan artikel terkait juga sudah t¹⁷⁵ di Jurnal Akuntansi dan Pajak, Volume 23, Nomor 02, Tahun 2023, <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/>

Indonesia sebagaimana data yang diakses di www.depkop.go.id menjelaskan bahwa kontribusi sektor usaha mikro kecil dan menengah terhadap Produk Domestik Bruto meningkat pada tahun 2017-2018 sebesar Rp 753.612,8 triliun atau 9,64%. Tenaga kerja juga mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebanyak 116.431.224 orang dan tahun 2018 sebanyak 116.978.631 orang. Data tersebut terbukti bahwa UMKM sangat berperan penting dalam kecepatan pertumbuhan ekonomi maupun dalam masalah lapangan pekerjaan serta mampu meningkatkan perekonomian.

Masa pandemi ini pemerintah meluncurkan program untuk membantu UMKM dalam rangka Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). PEN merupakan salah satu cara pemerintah untuk mengurangi dampak corona virus terhadap perekonomian negara, yang memiliki tujuan melindungi serta mempertahankan dan meningkatkan pelaku usaha. Pemerintah sendiri telah menyediakan anggaran untuk sektor UMKM dan korporasi sebesar Rp. 162,40 T dan telah terealisasi Rp. 74,36 T dengan periode realisasi 17 Desember 2021 (<https://pen.kemenkeu.go.id>). Program PEN ini diberikan kepada UMKM dan korporasi dalam hal subsidi bunga KUR dan Non KUR, penempatan dana dan cadangan, IJP UMKM dan korporasi, BPUM, bantuan PKL dan pembebasan rekmin. Melalui program PEN, pemerintah memberikan dorongan-dorongan agar UMKM tetap bergerak sehingga mampu meningkatkan perekonomian Indonesia.

Permasalahan lain yang dihadapi sektor usaha mikro kecil menengah selama masa pandemi adalah dalam bidang manajemen keuangan. Banyak dari pelaku usaha khususnya UMKM yang belum memahami cara pengelolaan keuangan yang baik. Fokus mereka hanya pada aktifitas produksi, yaitu bagaimana memproduksi barang dan bagaimana memasarkannya untuk mendapatkan keuntungan. Hal tersebut cukup menyita perhatian, waktu, dan tenaga. Sehingga untuk memikirkan bagaimana pengelolaan atau manajemen keuangan yang bagus masih belum ada. Untuk mampu bertahan di masa pandemi covid-19, maka para pelaku UMKM juga harus cermat dalam mengelola keuangan dan melakukan pengeluaran secara efisien dengan harapan mampu memaksimalkan kinerja keuangan usaha. Pengelolaan keuangan yang baik maka akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan, sehingga juga akan menghasilkan kinerja perusahaan yang baik pula (Siniuidari dan Juniarini, 2020).

Pada masa pandemi ini semua aktifitas masyarakat sangat terbatas. Dengan diberlakukannya PSBB maupun PPKM secara terus-menerus mengakibatkan daya beli masyarakat juga menurun. Dampak lain akibat virus ini adalah semua aktifitas dilakukan secara daring baik sekolah, pekerjaan, seminar, pelatihan, dan lain-lain. Termasuk juga untuk aktifitas belanja, masyarakat mau tidak mau harus belanja secara online. Hal ini didukung juga karena bisnis digital semakin merebak, yang menawarkan berbagai produk yang dibutuhkan oleh masyarakat luas. Hasil dari survey Badan Pusat Statistik Indonesia menyatakan bahwa sebesar 56% responden mengalami peningkatan pengeluaran dan 31% responden mengalami peningkatan pada kegiatan belanja secara online. Terkait hal tersebut, UMKM harus mampu bertahan di masa pandemi dan di era serba digital ini, salah satunya dengan melakukan inovasi (Cania, 2021).

Agar tetap mempertahankan usahanya para pelaku usaha harus memutar otak dengan melakukan pemasaran secara daring atau online. Menteri Perdagangan Agus Suparmanto mengatakan bahwa dimasa pandemi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah harus mulai memasarkan produknya secara hybrid yaitu offline dan online. Masa pandemi membuat banyak pergeseran pada pola konsumsi masyarakat yang mulai beralih berbelanja secara online. Maka para sektor UMKM harus pula mampu beradaptasi dengan kebiasaan baru tersebut, dengan demikian usaha bisa terus berjalan serta kontribusi terhadap perekonomian juga tetap terjaga. Akibat dari pandemi yang melanda saat ini, inovasi pada pemasaran yang agresif melalui platform digital atau online, juga merupakan hal yang sangat penting untuk dikembangkan dan diimplementasikan (Nordiansyah, 2020), selain perpindahan saksi online juga adanya perilaku pembeli yang berubah yaitu peningkatan pembelian makanan yang dibawa pulang (*take-away food*). UMKM juga dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan produk, untuk menghasilkan produk yang lebih maka perlu adanya pengembangan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan yang dilakukan oleh pesaing (Ferdinand, 2000).

89 MANAJEMEN KEUANGAN UMKM

53
Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), adalah sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang

dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan omset tertentu. Adapun kriteria UMKM adalah: a) Suatu usaha mikro yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50 juta belum termasuk tanah dan bangunan usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 juta; b) Suatu usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50 juta – Rp. 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta – Rp. 2,5 milyar dan c) Suatu usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500 juta – Rp. 10 miliar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 miliar – Rp. 50 miliar.

Manajemen keuangan merupakan salah satu fungsi operasional pada suatu usaha yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Menurut Suinda dan Juniarini (2020) manajemen keuangan adalah seluruh aktivitas yang berhubungan dengan perolehan pendanaan dan pengelolaan aktiva yang bertujuan untuk memperoleh pendapatan dengan meminimalkan biaya dan memaksimalkan nilai perusahaan. Ditinjau dari perspektif keuangan, pengelolaan keuangan sangat dibutuhkan dari bagaimana suatu unit usaha mampu mencari sumber dana dan mengalokasikan dan tersebut secara efisien yang mampu meningkatkan nilai usahanya (Wahyudiati dan Isroah, 2018). Sedangkan menurut Hartati (2013) manajemen keuangan adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan keuangan organisasi dengan kegiatan berupa planning, analisis dan pengendalian keuangan, selain itu manajemen keuangan juga dapat diartikan sebagai bentuk aktivitas memperoleh dana, penggunaan dana, dan mengalokasikan dana agar meningkatkan mutu perusahaan.

Analisis mengenai manajemen keuangan ditinjau dari empat hal yaitu: a) Perencanaan keuangan adalah bagaimana para pengelola keuangan mampu menemukan cara terbaik untuk mencapai tujuan perusahaan; b) Pencatatan keuangan adalah bentuk pencatatan transaksi keuangan, dengan melakukan rekam kegiatan keuangan suatu usaha dari pemasukan hingga pengeluaran akan semakin jelas; c) Pelaporan keuangan memberikan penilaian dari suatu pelaksanaan kegiatan keuangan kepada pihak yang memiliki kepentingan agar memperoleh suatu informasi mengenai kesehatan keuangan; dan d) Pengendalian keuangan adalah bagaimana suatu perusahaan atau usaha mampu mengendalikan keuangan dalam membiayai semua kebutuhan operasional perusahaan dengan

mendapatkan keuntungan yang sebagaimana diharapkan (Wardi, Liviawati dan Wiyati, 2018).

Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan suatu aktivitas keuangan perusahaan yang diperlukan untuk memperoleh keuntungan dan mampu mengembangkan usahanya dengan baik. Dengan adanya manajemen keuangan yang baik oleh pelaku UMKM maka akan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM khususnya kinerja keuangannya (Suindari dan Juniarini, 2020).

INOVASI DAN KINERJA KEUANGAN

116

Inovasi pemasaran adalah implementasi metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan dalam desain atau pemasaran produk, penempatan produk, promosi produk, dan penetapan harga (OECD, 2005). Inovasi pemasaran lebih mudah dari jenis inovasi yang lainnya, dengan inovasi pemasaran diharapkan perusahaan dapat memperluas jangkauan pasarnya juga meningkatkan kinerja keuangan (Karabulut, 2015). Menurut Shaukat, Nawaz dan Naz (2013) bahwa inovasi pemasaran mempunyai peran penting dalam keberhasilan perusahaan terhadap kinerja usahanya, selain itu inovasi pemasaran bertujuan sebagai cara untuk mengumpulkan informasi pelanggan dalam rangka memuaskan keinginan pelanggan dan diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangannya.

Adanya kebijakan pemerintah untuk tetap di rumah saja menjadikan perubahan aktivitas masyarakat dengan adanya peningkatan aktivitas belanja online, maka diperlukan pertimbangan bagi para pelaku UMKM untuk melakukan praktek manajemen keuangan, inovasi produk dan inovasi pemasaran yang berbeda dari sebelumnya agar mampu bertahan dan dapat meningkatkan kinerja keuangan usahanya.

Suatu usaha mampu dikatakan berhasil dilihat dari kinerja keuangannya dengan melihat laporan keuangannya. Menurut Bockova dan Zizlavsky (2016) untuk mengukur kinerja keuangan suatu usaha menggunakan profitability, EBIT (*earning before interest an taxes*), ³⁶A (*economic value added*) atau pertumbuhan penjualan. Menurut Wiratna (2017) menyatakan bahwa kinerja keuangan merupakan hasil dari evaluasi terhadap pekerjaan yang telah selesai dilakukan, hasil pekerjaan tersebut dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan bersama. Setiap pekerjaan yang telah selesai dilakukan

perlu dilakukan penilaian/pengukuran secara periodik. Dari sejumlah pengertian kinerja keuangan di atas, dapat diambil kesimpulan sederhana bahwa kinerja keuangan merupakan pencapaian prestasi perusahaan pada suatu periode yang menggambarkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas.

KINERJA UMKM DI PONOROGO

UMKM merupakan salah satu jenis usaha yang mampu menyerap banyak tenaga kerja dan termasuk salah satu usaha yang aman terhadap krisis dan berbagai perubahan ekonomi global. Akan tetapi, munculnya masa Covid-19 yang membatasi aktivitas masyarakat juga mengakibatkan aktivitas UMKM juga terhambat. UMKM harus mencari cara untuk bertahan agar usahanya tetap berjalan. Hal tersebut dapat dilakukan salah satunya yaitu dengan mengatur keuangan yang baik. Sunardi, dkk (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam rangka mengatasi permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya dan memperoleh penghasilan yang stabil selama pandemi Covid-19 manajemen keuangan yang baik sangat dibutuhkan. Para Pelaku UMKM harus cermat dalam mengelola keuangan dan melakukan pengeluaran secara efisien agar tetap bisa mempertahankan usahanya selama masa pandemi.

UMKM sektor produksi di Kabupaten Ponorogo menduduki jumlah terendah dari sector lain. Dalam penelitian ini, inovasi produk pada UMKM dilihat dari beberapa indikator yaitu: a) Peluncuran produk baru, b) Penggunaan bahan baku baru, c) Inovasi pada produk yang sudah ada, dan d) Memiliki produk yang paten. Inovasi produk selama masa pandemi sangat dibutuhkan agar UMKM dapat bertahan, terbukti dari sebagian besar UMKM sektor produksi di Kabupaten Ponorogo melakukan inovasi terhadap produk-produknya. Mereka melihat kebutuhan masyarakat yang dibatasi aktivitasnya agar bisa memenuhi kebutuhan sesuai keinginan konsumen. Banyak juga yang membuat produk baru, varian rasa, maupun model baru. Sebagian dari pelaku UMKM sektor produksi di Kabupaten Ponorogo juga melihat dan mencari referensi dari media sosial, karena perkembangan media social yang sangat pesat selama masa pandemi karena semua orang dibatasi aktivitasnya sehingga aktifitas di media sosial dianggap sebagai bentuk hiburan oleh sebagian besar masyarakat.

Pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo banyak yang tidak dapat bertahan selama masa pandemi, akan tetapi sebaliknya ada juga UMKM baru yang bermunculan. Sebagai akibat PHK besar-besaran yang dilakukan oleh banyak perusahaan besar diberbagai daerah. Selama masa pandemi berbagai cara dilakukan oleh pelaku UMKM, selain melakukan inovasi terhadap produk mereka juga melakukan inovasi dalam pemasaran. Pembatasan aktivitas masyarakat besar-besaran mengakibatkan seluruh masyarakat hanya mengandalkan media social dalam segala hal. Merujuk dari hal tersebut, UMKM sektor produksi di Kabupaten Ponorogo juga melakukan banyak perubahan atau inovasi dalam cara berjualan. Banyak yang awalnya hanya menjual barang di toko *offline* kemudian mereka menyediakan jasa antar dari produknya. Sehingga konsumen tidak perlu datang ke toko dengan meninggalkan rumahnya. Banyak UMKM di Kabupaten Ponorogo yang memanfaatkan media sosial *online* dan *e-commerce* dalam pemasaran selama masa pandemi. Selain itu ada juga UMKM di Kabupaten Ponorogo yang melakukan perubahan terhadap kemasan produk, dari yang biasanya hanya dijual secara grosir dan partai besar menjadi dapat dijual secara eceran. Berbagai usaha banyak dilakukan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo dalam mempertahankan hidup selama masa pandemi.

UMKM sektor produksi di Kabupaten Ponorogo banyak yang terdampak akibat adanya pandemi Covid-19, sehingga mereka banyak mencari cara untuk bertahan agar usahanya tidak gulung tikar. Banyak usaha dilakukan, antara lain melakukan inovasi terhadap produk, melakukan inovasi dalam pemasaran, serta menjalankan pengelolaan atau manajemen yang baik dalam keuangannya. Untuk kinerja keuangan dilihat dari laba yang didapatkan. Pada masa pandemi, pelaku UMKM sektor produksi di Kabupaten Ponorogo memiliki tujuan utama, yaitu untuk tetap bertahan hidup, jadi target dan tujuan utama mereka tidak seperti pada tahun-tahun sebelumnya yang ingin memaksimalkan laba, akan tetapi untuk bertahan agar usahanya tetap berjalan selama masa pandemi dan tetap beroperasi pada masa-masa selanjutnya.

SIMPULAN

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Praktek manajemen keuangan, Inovasi Produk, dan Inovasi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Kecil Mikro Menengah Sektor Produksi Selama

Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Ponorogo. Sampel pada penelitian ini adalah 165 UMKM Sektor Produksi di Kabupaten Ponorogo sebanyak 104 UMKM. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Praktek Manajemen Keuangan, Inovasi Produk, dan Inovasi Pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Ponorogo.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, M., Asliana, E., & Saty, F. M., 2016, Kinerja Keuangan dan Faktor-Faktor Penentu Kinerja Keuangan UMKM di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 10(1), 71-77.
- Bockova, N., & Zizlavsky, O., 2016, Innovation and financial performance of a company: A study from czech manufacturing industry. *Transformations in Business & Economics*, 15(3)
- Cania, Synta Dewi, 2021, Pengaruh Praktek Manajemen Keuangan dan Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah Selama Masa Pandemi Covid-19 di Kota Depok. *Journal Manajemen Strategi dan Simulasi Bisnis (JMASSBI)* vol 2. No 1 2021
- Manual Oslo, 2005, *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. Third. Paris: OECD Publishing. Available at: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en
- Soleh, M., (2008). *Analisis strategi inovasi dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus: UKM manufaktur di kota semarang)*, Doctoral Dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R., 2020, Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148-154
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
- Valerisha, A., & Putra, M. A., 2020, Pandemi Global Covid-19 dan Problematika Negara-Bangsa: Transparansi Data Sebagai Vaksin Socio-digital. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 131- 137.
- Wahyudiati, D., & Isroah, I., 2018, Pengaruh Aspek Keuangan dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kasongan. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(2).

Wardi, J., Liviawati, L., & Wiyati, R., 2018, *PKM: Akuntansi UMKM di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru*. *Prosiding Sembadha*, 1(1), 220-224.

PERSEPSI PELAKU UKM: Laporan Keuangan - SAK ETAP

Nurul Hidayah, SE., M.Ak.⁵

128

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan suatu kegiatan usaha kecil yang dibentuk oleh masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seorang perorangan. UKM memiliki perkembangan yang cukup pesat di berbagai wilayah. Di Indonesia sendiri sudah banyak sekali bermunculan UKM dengan berbagai bidang usaha dan bahkan UKM telah menjadi penyelamat dan penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia. UKM memiliki kontribusi yang cukup besar bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat Indonesia namun di balik keunggulannya, UKM masih memiliki beberapa kelemahan yang hingga kini masih harus diperbaiki. Kelemahan tersebut cukup bervariasi, namun disini yang memiliki dampak cukup signifikan dalam perkembangan UKM salah satunya adalah Informasi Akuntansi yang ada pada UKM (Wahdini, 2006).

Informasi Akuntansi pada UKM masih kurang³⁴ diperhatikan oleh para pelaku UKM. Menurut Wahdini (2006), akuntansi keuangan pada UKM di Indonesia masih terbilang rendah dan memiliki banyak kelemahan. Kelemahan-kelemahan tersebut dikarenakan rendahnya pendidikan pelaku UKM, kurangnya pemahaman mengenai Standar Akuntansi Keuangan (SAK), dan masih belum adanya peraturan yang mewajibkan bisnis UKM untuk menyelenggarakan penyusunan laporan keuangan.

Beberapa pelaku UKM yang belum melakukan pencatatan menurut kaidah akuntansi, sehingga menyulitkan mereka mendapatkan pinjaman dari pihak luar perusahaan seperti pemerintah calon investor dan perbankan akibat tidak jelasnya sistem

⁵ Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Persepsi Pelaku UKM: Laporan Keuangan - SAK ETAP ini merupakan intisari dari penelitian yang berjudul Persepsi Pelaku UKM terhadap Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP, yang telah dilaksanakan pada tahun 2018.

akuntansi mereka, karena harus memerlukan waktu lama untuk mengumpulkan bukti transaksi yang menunjukkan bahwa usahanya layak untuk diberi pinjaman dengan mewawancarai pelaku UKM dan melihat langsung kondisi usahanya. Padahal Informasi akuntansi mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, termasuk bagi usaha kecil dan menengah (Magginson et al, 2009).

Pelaku UKM juga masih banyak yang belum melakukan pemisahan asset antara asset usaha dan asset pribadi. Akibatnya pelaku UKM tidak mengetahui secara persis berapa pendapatan (kas) yang seharusnya diterima, berapa biaya operasi yang seharusnya dikeluarkan dan berapa yang seharusnya masih tersisa. Walaupun ada perencanaan kegiatan, biasanya tidak disusun secara rapi dan tertib serta hanya sebatas pengingat. Permasalahan itu semakin kompleks seiring dengan semakin besarnya kegiatan usaha UKM.

Ikatan Akuntan Indonesia (2009) telah menerbitkan Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) dengan tujuan untuk mempermudah pelaku UKM dalam menyusun laporan keuangan usaha mereka. Dengan diterbitkannya SAK ETAP ini, diharapkan para pelaku UKM dapat menerapkannya dengan lebih mudah dan dapat memperoleh manfaat dari penyelenggaraan laporan keuangan tersebut.

Penyelenggaraan laporan keuangan ini memberikan manfaat yang cukup besar bagi perkembangan UKM yang diantaranya adalah pelaku UKM dapat lebih mudah untuk mengetahui bagaimana perkembangan usahanya karena laporan keuangan memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan perubahan modal dari UKM tersebut, dengan adanya laporan keuangan pada UKM, maka akan membantu pelaku UKM dalam pengambilan keputusan mengenai usahanya dimasa depan. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan akan menjadikan kegiatan-kegiatan operasional UKM lebih terstruktur sehingga dapat berjalan dengan lebih baik dan efisien.

KONSEP PERSEPSI

Manusia sebagai makhluk sosial yang sekaligus juga makhluk individual, maka terdapat perbedaan antara individu yang satu dengan yang lainnya, adanya perbedaan inilah yang antara lain menyebabkan mengapa seseorang menyenangi suatu obyek

sedangkan orang lain tidak senang bahkan membenci obyek tersebut. Hal ini sangat tergantung bagaimana individu menanggapi obyek tersebut dengan persepsinya. Tingkah laku dan penyesuaian ditentukan oleh persepsinya. Persepsi pada hakikatnya adalah merupakan proses penilaian seseorang terhadap objek tertentu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 674) persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Menurut Ikhsan dan Ishak (2005: 57) persepsi adalah bagaimana orang melihat atau menginterpretasikan peristiwa, objek, serta manusia. Mangkunegara (dalam Arindita, 2000) berpendapat bahwa persepsi adalah proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan. Dalam hal ini persepsi mencakup penafsiran obyek, penerimaan stimulus (*input*), pengorganisasian stimulus, dan pemberian penafsiran terhadap stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara mempengaruhi perilaku dan perubahan sikap.

Menurut Robbins (2003) persepsi pada umumnya dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu misalnya sikap, kebiasaan dan kemauan. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar individu. Menjelaskan oleh Robbins (2003) bahwa meskipun individu-individu memandang pada satu benda yang sama, mereka dapat mempersepsikannya berbeda. Hal ini dipengaruhi oleh a) Pelaku persepsi. Apabila seorang individu memandang suatu obyek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individu itu, seperti sikap, sifat, kepentingan, minat, pengalaman dan harapan; b) Obyek atau yang dipersepsikan. Karakteristik dari target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan, sasaran itu mungkin berupa orang, benda atau peristiwa; dan c) Keadaan dimana persepsi itu dilakukan. Unsur lingkungan atau situasi yang terjadi saat seseorang menilai suatu obyek.

136 KONSEP SAK ETAP

Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) dimaksudkan untuk digunakan entitas tanpa akuntabilitas publik. Entitas tanpa akuntabilitas publik adalah entitas yang: a) Tidak memiliki akuntabilitas publik yang

signifikan; dan b) Menerbitkan laporan keuangan untuk tujuan umum (General Purpose Financial Statement) bagi pengguna eksternal. Contoh pengguna eksternal adalah pemilik yang tidak terlibat langsung dalam pengelolaan usaha, kreditur, dan lembaga pemeringkat kredit.

Suatu entitas dikatakan memiliki akuntabilitas publik signifikan jika: a) Entitas telah mengajukan pernyataan pendaftaran, atau dalam proses pengajuan pernyataan pendaftaran, pada otoritas pasar modal atau regulator lain untuk tujuan penerbitan efek di pasar modal; atau b) Entitas menguasai aset dalam kapasitas sebagai fidusia untuk sekelompok besar masyarakat, seperti bank, entitas asuransi, pialang dan atau pedagang efek, dana pensiun, reksa dana, dan bank investasi.

Dari pernyataan di atas, jelas mengandung makna bahwa entitas kecil dan menengah yang dimaksud oleh SAK ETAP adalah entitas kecil menengah non-listed atau entitas yang tidak masuk dalam bursa saham. Artinya ada dua standar akuntansi yang berbeda yang dijadikan acuan dalam penyusunan dan pelaporan keuangan. Ini berarti juga akan ada standar pengukuran dan pengungkapan yang berbeda dari masing-masing standar akuntansi tersebut. Di satu sisi ada SAK ETAP yang khusus ditujukan untuk entitas kecil menengah yang non-listed, di sisi lain ada SAK umum, dalam hal ini PSAK yang ditujukan untuk entitas lainnya, termasuk entitas kecil menengah jika entitas tersebut termasuk listed company. Laporan keuangan yang dihasilkan oleh suatu entitas nantinya harus menyebutkan bahwa laporan keuangan tersebut telah dinyatakan sesuai dengan standar akuntansi yang digunakan, apakah SAK ETAP atau PSAK.

SAK ETAP diterapkan untuk penyusunan laporan keuangan yang dimulai pada atau setelah 1 Januari 2011. Penerapan ini diperkenankan. Jika SAK ETAP diterapkan dini, maka entitas harus menerapkan SAK ETAP untuk penyusunan laporan keuangan yang dimulai pada atau setelah 1 Januari 2010 (SAK ETAP 2009: 166).

Tujuan dari laporan keuangan SAK ETAP itu sendiri adalah menyediakan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, dan laporan arus kas suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi oleh siapapun yang tidak dalam posisi dapat meminta laporan keuangan khusus untuk memenuhi informasi tertentu. Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen (*stewardship*)

atau pertanggungjawaban manajemen atas sumberdaya yang dipercayakan kepadanya.

Menurut Soemarso (2004) Salah satu ciri khas yang membuat informasi dalam laporan keuangan berguna bagi penggunaannya adalah karakteristik kualitatif, yaitu: Dapat dipahami (*Understandability*), Relevan (*Relevance*), Materialitas (*Materiality*); Keandalan (*Reliability*), Substansi mengungguli bentuk (*Substance Over Form*), Pertimbangan Sehat (*Prudence*), Kelengkapan (*Completeness*), Dapat dibandingkan (*Comparability*), Tepat waktu (*Timeliness*), dan Keseimbangan antara biaya dan manfaat (*Balance Between Benefit and Cost*).

Penyajian laporan keuangan dalam SAK ETAP tidak berbeda dengan sebagaimana yang diatur dalam PSAK 1: Penyajian laporan keuangan, dimana secara substansi pengaturan tersebut merupakan ringkasan dari PSAK yang juga mencakup pengaturan mengenai komponen laporan keuangan. Perbedaan yang paling mendasar adalah, dalam SAK ETAP, entitas yang menggunakan standar ini harus mengungkapkan pernyataan bahwa entitas patuh secara keseluruhan terhadap SAK ETAP ini dalam catatan atas laporan keuangannya. Hal lain terkait dengan pengaturan mengenai penyajian laporan keuangan ini adalah kelangsungan usaha, frekuensi pelaporan, konsistensi penyajian, informasi komparatif, materialitas, agregasi dan komponen lengkap laporan keuangan.

Posisi dan kinerja keuangan yang ada dalam SAK ETAP secara umum tidak berbeda dengan yang ada dalam PSAK, yaitu aset, kewajiban, ekuitas, penghasilan dan beban. Dalam SAK ETAP, ada beberapa perbedaan yang signifikan dengan PSAK: 1) Tidak diperkenalkannya adanya pos luar biasa; 2) Diperkenalkannya untuk menggabungkan laporan laba rugi dan laporan perubahan jika memenuhi kondisi tertentu, yaitu Perubahan ekuitas yang hanya berasal dari Laba Rugi periode berjalan, Pembayaran dividen, Koreksi kesalahan periode sebelumnya, dan Perubahan kebijakan akuntansi

Posisi keuangan suatu entitas terdiri dari aset, kewajiban dan ekuitas pada suatu waktu tertentu. Unsur laporan keuangan yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran posisi keuangan adalah aset, kewajiban, dan ekuitas. Unsur-unsur ini didefinisikan sebagai berikut: a) Aset adalah sumber daya yang dikuasai entitas sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat ekonomi di masa depan diharapkan akan diperoleh entitas;

b) Kewajiban merupakan kewajiban masa kini entitas yang timbul dari peristiwa masa lalu, yang penyelesaiannya diharapkan mengakibatkan arus keluar sumber daya entitas yang mengandung manfaat ekonomi; dan c) Ekuitas adalah hak residual atas aset entitas setelah dikurangi semua kewajiban.

LAPORAN KEUANGAN PELAKU UKM

Tujuan dari laporan keuangan SAK ETAP itu sendiri adalah menyediakan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, dan laporan arus kas suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi oleh siapapun yang tidak dalam posisi dapat meminta laporan keuangan khusus untuk memenuhi informasi tertentu. Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen (stewardship) atau pertanggungjawaban manajemen atas sumberdaya yang dipercayakan kepadanya.

Menurut Soemarso (2004) Salah satu ciri khas yang membuat informasi dalam laporan keuangan berguna bagi penggunanya adalah karakteristik kualitatif, yaitu: Dapat Dipahami atau *Understandability*, Relevan atau *Relevance*, Materialitas atau *Materiality*, Keandalan atau *Reliability*, Substansi Mengungguli Bentuk atau *Substance over Form*, Pertimbangan Sehat atau *Prudence*, Kelengkapan atau *Completeness*, Dapat Dibandingkan atau *Comparability*, Tepat Waktu atau *Timeliness*, dan Keseimbangan antara Biaya dan Manfaat atau *Balance between Benefit and Cost*.

Penyajian laporan keuangan dalam SAK ETAP tidak berbeda dengan sebagaimana yang diatur dalam PSAK terkait penyajian laporan keuangan, dimana secara substansi pengaturan tersebut merupakan ringkasan dari PSAK yang juga mencakup pengaturan mengenai komponen laporan keuangan. Perbedaan yang paling mendasar adalah, dalam SAK ETAP, entitas yang menggunakan standar ini harus mengungkapkan pernyataan bahwa entitas patuh secara keseluruhan terhadap SAK ETAP ini dalam catatan atas laporan keuangannya. Hal lain terkait dengan pengaturan mengenai penyajian laporan keuangan ini adalah kelangsungan usaha, frekuensi pelaporan, konsistensi penyajian, informasi komparatif, materialitas, agregasi dan komponen lengkap laporan keuangan. Posisi dan kinerja keuangan yang ada dalam SAK ETAP secara

umum tidak berbeda dengan yang ada dalam PSAK, yaitu aset, kewajiban, ekuitas, penghasilan dan beban. Dalam SAK ETAP, ada beberapa perbedaan yang signifikan dengan PSAK yaitu: 1) Tidak diperkenalkannya adanya *pos luar biasa*, dan 2) Diperkenalkannya untuk menggabungkan laporan laba rugi dan laporan perubahan jika memenuhi kondisi tertentu, yaitu perubahan ekuitas yang hanya berasal dari Laba Rugi periode berjalan, Pembayaran dividen, Koreksi kesalahan periode sebelumnya, dan Perubahan kebijakan akuntansi.

Posisi keuangan suatu entitas terdiri dari aset, kewajiban dan ekuitas pada suatu waktu tertentu. Unsur laporan keuangan yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran posisi keuangan adalah aset, kewajiban, dan ekuitas. Unsur-unsur ini didefinisikan: a) Aset adalah sumber daya yang dikuasai entitas sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat ekonomi di masa depan diharapkan akan diperoleh entitas, b) Kewajiban merupakan kewajiban masa kini entitas yang timbul dari peristiwa masa lalu, yang penyelesaiannya diharapkan mengakibatkan arus keluar dari sumber daya entitas yang mengandung manfaat ekonomi, dan c) Ekuitas adalah hak residual atas aset entitas setelah dikurangi semua kewajiban.

PENGELOLAAN KEUANGAN UKM BATIK

Asal mula Batik tulis motif *Pring Sedapur* berasal dari desa Sidomukti dukuh Papringan, maka dari itu di desa Sidomukti banyak berdiri usaha kecil batik tulis yang bermotif *Pring Sedapur*. Adapun deskriptif dari setiap usaha tersebut adalah sebagai berikut:

1. UKM Batik KUBE Mukti Rahayu. KUBE Mukti Rahayu merupakan kelompok usaha bersama yang berdiri sejak tahun 2002. Anggota KUBE terdiri dari para ibu rumah tangga, baik muda maupun tua yang masih produktif yang dipimpin oleh ibu Siswati. Awalnya anggota kelompok terdiri dari 10 orang dan kini anggota kelompok sudah mencapai 34 orang. KUBE Mukti Rahayu berlokasi di Dusun Papringan Desa Sidomukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan. Lokasi ini berada di pedesaan, walaupun begitu lokasi ini cukup terkenal bagi warga/ calon pembeli. Akses menuju lokasi ini juga mudah dicapai. Dalam pendirian KUBE ini mendapat dukungan dari pemerintah berupa pelatihan keterampilan membatik dan juga berupa peralatan membatik. Anggota KUBE

tidak mengeluarkan modal sama sekali. Dalam proses berdirinya dulu anggota tidak mendapat upah atas pekerjaannya. Mulai mendapat upah pada tahun 2004.

Seiring dengan berkembangnya usaha bersama ini, KUBE Mukti Rahayu telah memiliki lebih dari 25 motif, dan kini motif-motif tersebut sedang dalam proses pengurusan hak cipta. Motif batik ini terkenal dengan nama motif batik *pring sedapur*. Dimana motif batik di dominasi dengan gambar pring (dalam bahasa Indonesia: Bambu). Motif yang dihadirkan tidak monoton, terdapat kombinasi motif batik dengan gambar-gambar lain seperti hewan, bunga, batu, dan alam. Selain memproduksi batik tulis, KUBE Mukti Rahayu juga memproduksi batik cap atau sering di sebut dengan batik sony. Dimana produksi batik cap ini tidak dilakukan di KUBE Mukti Rahayu akan tetapi KUBE Mukti Rahayu menjalin kerjasama dengan pelaku usaha batik lainnya. Hasil kerja keras ibu-ibu ini pun tidak sia-sia. Terbukti pada tahun 2013 KUBE Mukti Rahayu memperoleh juara 2 tingkat provinsi dalam kegiatan lomba Kelompok Usaha Bersama.

2. UKM Batik KUBE Mukti Lestari. UKM Batik Mukti Lestari dibentuk oleh Kepala Desa, Bapak Tikno pada Maret 2006. UKM ini merupakan pengembangan dari UKM Batik Mukti Rahayu yang merupakan perintis awal UKM batik di Desa Sidomukti. UKM Batik Mukti Lestari yang berlokasi di Jl. Mukti Graha No. 03, Desa Sidomukti, tepatnya di Balai Desa Sidomukti, Plaosan, Magetan. Pada tahun 2009 UKM Batik Mukti Lestari melakukan restrukturisasi menjadi tiga KUBE (Kelompok Usaha Bersama). Meskipun dipecah menjadi tiga KUBE namun sistem baik pembelian bahan baku, produksi dan pemasaran tetap dalam satu UKM. Namun untuk pengelolaan keuangan dibagi pada masing masing KUBE.
3. UKM Batik Seruling Etan. UKM Batik Seruling Etan berdiri pada tahun 2014. Setelah bapak Sutikno tidak lagi menjabat sebagai kepala desa, beliau mendirikan sendiri usaha batik tulis yang bernama Seruling Etan di dusun Kalitengah desa Sidomukti kecamatan Plaosan. Tenaga kerja yang terlibat dalam pembuatan batik tersebut adalah ibu-ibu warga setempat sebanyak 20 orang. Mereka bekerja setiap hari dan sistem gaji secara harian serta kalau ada lemburan maka akan ditambah upah lembur. Mereka mengerjakan berdasarkan pesanan pelanggan. Batik yang

dihasilkan dengan ciri has utama motif gambar pring atau dalam bahasa Indonesia disebut bambu. Pemasaran batik ini sudah sampai luar jawa, yaitu mulai daerah Magetan dan sekitarnya, Jakarta dan Kalimantan.

Hasil penggalan data di lapangan terkait pengelolaan administrasi keuangan UKM Batik adalah sebagai berikut:

1. Para pelaku UKM secara keseluruhan menyampaikan mengumpulkan bukti transaksi menyatakan. Argumen para pelaku UKM dalam hal ini mengatakan bahwa mengumpulkan bukti transaksi sangat penting dalam menjalankan usahanya, meskipun bukti transaksi tersebut sebatas dikumpulkan saja dan tidak tertata rapi. Alasan utama mereka yaitu untuk mengetahui harga ecer produk, tanda bukti supir/kernet dari perusahaan sebagai distributor telah mengantarkan barang sesuai dengan pesanan, dan untuk tanda bukti bahwa transaksi ini dilakukan secara cash atau kredit.
2. Para pelaku UKM secara keseluruhan menyampaikan membuat catatan usaha. Argumen para pelaku UKM dalam hal ini mengatakan bahwa catatan usaha ini penting dilakukan sebagai pengingat berbagai peristiwa yang telah terjadi, meskipun tidak dicatat secara rapi, teratur dan tidak sesuai dengan standar akuntansi.
3. Para pelaku UKM secara keseluruhan menyampaikan tidak membuat catatan usaha dalam bentuk jurnal. Argumen para pelaku UKM dalam hal ini mengatakan bahwa mereka hanya mencatat berbagai peristiwa saja tetapi tidak dibuat dalam bentuk jurnal dengan alasan mereka tidak mengerti bagaimana proses pembuatan jurnal, merasa ribet, tidak ada waktu untuk mempelajarinya dan keterbatasan sumber daya manusia.
4. Para pelaku UKM secara keseluruhan menyampaikan tidak membuat buku besar. Argumen para pelaku UKM dalam hal ini mengatakan bahwa mereka tidak tahu buku besar itu seperti apa sehingga tidak membuatnya. Mereka hanya membuat buku penerimaan dan pengeluaran kas saja.
5. Para pelaku UKM secara keseluruhan menyampaikan tidak memiliki kemampuan dasar akuntansi. Argumen para pelaku UKM dalam hal ini mengatakan bahwa latar belakang pendidikan mereka semua adalah SLTA dan mereka tidak punya kemampuan dasar akuntansi. Kemampuan para pelaku UKM mayoritas hanya melakukan pencatatan arus kas masuk dan keluar.

6. Para pelaku UKM secara keseluruhan menyampaikan memiliki bagian keuangan. Argumen para pelaku UKM dalam hal ini mengatakan bahwa mereka memiliki bagian keuangan yang bertugas mencatat keluar masuknya uang usaha. Bagian keuangan ini di pegang oleh salah satu karyawan yang disebut bendahara.
7. Para pelaku UKM secara keseluruhan menyampaikan tidak membuat laporan keuangan. Argumen para pelaku UKM dalam hal ini mengatakan bahwa mereka sama sekali tidak tahu bagaimana proses membuat laporan keuangan dan menganggap hal tersebut rumit, susah untuk dipelajari dan keterbatasan informasi tentang manfaat laporan keuangan.
8. Para pelaku UKM sebanyak 67% membedakan kepentingan usaha dan pribadi dan tidak membedakan 33%. Argumen para pelaku UKM yang menjawab YA dalam hal ini mengatakan bahwa mereka selalu membedakan kepentingan pribadinya dengan usahanya dikarenakan bentuk usaha KUBE selalu mendapat binaan dari Disperindag, sedangkan yang menjawab TIDAK keuangan usaha masih dicampur jadi satu dengan keuangan pribadi. Mereka masih bingung untuk memisah berbagai kepentingan dan keuangan antara usaha dan pribadi.
9. Para pelaku UKM secara keseluruhan menyampaikan memiliki catatan aktiva/harta. Argumen para pelaku UKM dalam hal ini mengatakan bahwa mereka mencatat harta apa saja yang dimiliki, kecuali tanah dan bangunan. Mereka hanya punya hak pakai, bukan beli ataupun sewa.
10. 138 a pelaku UKM secara keseluruhan menyampaikan tidak menyusun laporan keuangan berdasarkan SAK ETAP. Argumen para pelaku UKM dalam hal ini mengatakan bahwa mereka tidak pernah mendengar tentang SAK ETAP, tidak tahu bentuk dan aturannya, bahkan mereka tidak pernah menyusun laporan keuangan. Mereka be 138 pernah mendapatkan informasi bagaimana menyusun laporan keuangan berdasarkan SAK ETAP.

SIMPULAN

Para pelaku UKM rata-rata sudah memiliki bagian keuangan tersendiri dalam usahanya yang disebut sebagai bendahara. Mereka bertugas mengumpulkan transaksi, membuat catatan usaha, pemisahan aktiva dan mencatat penerimaan dan pengeluaran kas

saja. Meskipun pencatatan tersebut masih sederhana dan belum sesuai dengan standar akuntansi.

Pelaku UKM tersebut belum membuat jurnal, buku besar dan menyusun laporan keuangan. Latar pendidikan yang mayoritas SLTA dan kurang informasi tentang penerapan akuntansi membuat ketiga KUBE tersebut belum menyusun laporan keuangan sesuai SAK ETAP. Pelaku UKM lebih mengutamakan pengalaman dalam menjalankan usahanya dibandingkan harus belajar akuntansi. Pengalaman dalam hal ini pelaku UKM sudah terbiasa dengan kegiatan mereka yang berjalan apa adanya. Mereka sulit menyisihkan waktu untuk mempelajari akuntansi dan merasa tidak ada dampak dan manfaat secara jelas dari mempelajari akuntansi dan menyusun laporan keuangan. Bila dikaitkan dengan teori Akuntansi bagi UKM, Akuntansi memberikan informasi mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi UKM kepada pemilik dan pihak-pihak yang berkepentingan seharusnya para pelaku UKM menerapkan akuntansi walaupun secara sederhana.

Para pelaku UKM sebenarnya sering mendapat pelatihan dan bimbingan dari Disperindag, tetapi hal tersebut terfokus pada inovasi motif batik dan proses pemasarannya. Mereka belum mendapat pelatihan secara khusus tentang pengelolaan keuangan. Hal tersebut berakibat pengelolaan keuangan masih sederhana, belum lengkap bahkan tidak sesuai dengan SAK ETAP.

DAFTAR PUSTAKA

- Arindita, S. 2003. *Hubungan antara Persepsi Kualitas Pelayanan dan Citra Bank dengan Loyalitas Nasabah*. Skripsi (tidak diterbitkan). Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Dewan Standar Akuntansi Keuangan. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. Ikatan Akuntan Indonesia, Jakarta.
- Ikhsan Arfa dan Muhammad Ishak. 2005. *Akuntansi Keprilakuan*. Salemba Empat, Jakarta.
- Megginson, W.L., M.J. Byrd, and L.C. Megginson. 2000. *Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook*. Third Ed. Irwin McGraw-Hill. Boston.
- Robbins, Stephen P. 2003. *Prinsip-Prinsip Perilaku Keorganisasian*. Erlangga, Jakarta.
- Soemarso. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi Lima Revisi*. Salemba Empat, Jakarta.

9

Undang-Undang No 20 Tahun 2008.

9
Wahdini & Suhairi. 2006. *Persepsi Akuntan terhadap Overload Standar Akuntansi.*

Keuangan (SAK) bagi UKM. Simposium Nasional Akuntansi IX Padang.

PERSEPSI KEUNTUNGAN: Pedagang Kaki Lima

Dra. Khusnatul Zulfa W, MM., Ak, CA.⁶
Dwiati Marsiwi, SE, M.Si. Ak. CA.

Profesi pedagang kaki lima sangat bersesuaian dengan kehidupan masyarakat pada umumnya. Karena pedagang kaki lima dapat lebih mudah untuk dijumpai oleh masyarakat dari pada pedagang resmi yang kebanyakan bertempat tetap. Dengan adanya pedagang kaki lima, masyarakat dimudahkan untuk memenuhi kebutuhan untuk barang-barang eceran. Kegiatan yang dilakukan oleh pedagang kaki lima ini termasuk kegiatan informal.

Suatu kegiatan informal pada dasarnya harus memiliki suatu lokasi yang tepat agar dapat memperoleh keuntungan (profit) yang lebih banyak dari tempat lain dan untuk mencapai keuntungan yang maksimal, suatu kegiatan harus seefisien mungkin. Pedagang kaki lima (PKL) merupakan usaha informal yang bergerak dalam distribusi barang dan jasa. PKL, di satu sisi merupakan salah satu penggerak dalam perekonomian masyarakat pinggiran. Hutajulu (1985) memberikan batasan tentang sektor informal, adalah suatu bidang ekonomi yang untuk memasukinya tidak selalu memerlukan pendidikan formal dan keterampilan yang tinggi, dan memerlukan surat-surat izin serta modal yang besar untuk memproduksi barang dan jasa.

Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan kelompok tenaga kerja yang banyak disektor informal. PKL juga memiliki potensi untuk menciptakan dan memperluas lapangan kerja, terutama bagi tenaga kerja yang kurang memiliki kemampuan dan keahlian yang memadai untuk bekerja disektor formal karena rendah tingkat pendidikannya.

⁶ Ketua Program Studi S-1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Persepsi Keuntungan: Pedagang Kaki Lima ini merupakan intisari dari penelitian yang berjudul Persepsi Keuntungan menurut Pedagang kaki Lima di Jalan Baru Kota Ponorogo, pada tahun 2014, dengan Tim Peneliti: Dra. Khusnatul Zulfa Wafirotn, MM, Ak, CA. dan Dwiati Marsiwi, SE, M.Si. Ak. CA. Penelitian ini berupa artikel ilmiah yang dimuat di Jurnal Ekuilibrium, Vol. 10, No. 1, 2015, <https://journal.umpo.ac.id/index.php/ekuilibrum/article/view/46/43>

Peran pedagang kaki lima dalam memenuhi kebutuhan manusia cukup mendapatkan tempat yang lumayan penting. Namun, sebagian orang masih memandang bahwa keberadaan pedagang kaki lima cenderung merugikan, misalnya karena mengganggu para pengendara kendaraan bermotor dan dianggap mengurangi keindahan kota, serta dalam aktivitasnya menyebabkan kesemerawutan. Selain itu, ada pedagang kaki lima yang menggunakan sungai dan saluran air terdekat untuk membuang sampah dan air cucian. Cara pandang ini tentu tidak berarti tidak mengandung kebenaran, namun kalau kita mau melihat dari sisi lain yaitu dengan memandang sisi keuntungan dan kelebihan pedagang kaki lima dalam aktivitasnya bagi masyarakat. Bahwa pedagang kaki lima dapat memberikan skala pelayanan ekonomi yang cepat dan mudah, konsumen mempunyai kesan bahwa barang yang didagangkan umumnya lebih murah dari pada pasar-pasar swalayan atau pasar-pasar modern. Namun secara khusus juga memberikan keuntungan yaitu sebagai penyerap tenaga kerja dan sebagai pembayar retribusi.

Pemilihan profesi pedagang kaki lima, bukan profesi yang lain, didasarkan adanya hubungan yang erat antara profesi pedagang kaki lima, uang dan masyarakat. Profesi pedagang kaki lima, masyarakat dan uang merupakan sebuah lingkaran yang tidak berujung. Ketiganya saling berkaitan dan berhubungan dalam berbagai lingkaran kehidupan. Profesi pedagang kaki lima memang selalu bersenAllah dengan masyarakat. Namun, tetap ada alat temu di antara kedua pihak, yaitu uang. Hal ini terus menerus bergulir dan tidak terhenti. Selama terdapat masyarakat yang membutuhkan pedagang kaki lima, maka profesi pedagang kaki lima akan selalu ada, yang kemudian akan menjadi pengikut setia terutama bagi mereka yang membutuhkan barang dagangan dan bertitik akhir pada pedagang kaki lima itu sendiri (Sari, 2010).

Seorang pedagang kaki lima merupakan manusia yang memiliki kebutuhan-kebutuhan dalam kehidupannya. Pedagang kaki lima juga sama dengan orang kebanyakan yang memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi. Kenaikan berbagai harga yang ada juga tentu mempengaruhi pekerjaan dan kebutuhan hidup bagi pedagang kaki lima. Belum lagi kebutuhan-kebutuhan primer dan pribadi yang dimiliki oleh pedagang kaki lima. Dengan kebutuhan yang cukup banyak, maka muncul pemenuhan kebutuhan yang banyak pula. Dengan penghasilan yang tidak menentu, terkadang memperoleh laba. Terkadang menderita rugi, bahkan terkadang

tempat mereka digusur oleh pemerintah, mereka para PKL masih tetap bertahan dalam memperjuangkan kehidupan mereka dengan berjualan dipinggir jalan atau di trotoar. Bagaimana mereka para PKL memaknai keuntungan, sehingga mereka masih tetap bertahan menjalankan usahanya sampai saat ini?

²³ Penelitian terhadap pemaknaan laba sudah cukup⁹⁴ banyak dilakukan dan beberapa penelitian juga dilakukan dengan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sari (2010) dengan Judul Tarif Keuntungan Bagi Profesi Dokter. Salah satu penelitian yang membahas makna laba dari sudut pandang profesi adalah penelitian¹⁵⁴ dilakukan oleh Subiantoro dan Triyuwono (2004) yang berjudul *Laba Humanis: Tafsir Sosial atas Konsep Laba dengan Pendekatan Hermeneutika*. Dalam penelitian ini, diungkapkan bahwa informan dengan profesi akuntan manajemen menggambarkan laba sebagai selisih lebih pendapatan atas biaya sebagaimana ditemukan dalam teori, dan diartikan sebagai laba materi. Karena itu, diperlukan pemaknaan kembali dengan menggunakan pendekatan hermeneutika humanis yang berdasar pada dua aspek, yaitu aspek keadilan dan hakikat manusia.

Penelitian-penelitian di atas menunjukkan adanya usaha untuk memahami kata “laba” dengan cara yang berbeda-beda. Pemaknaan laba dari sudut pandang yang berbeda-beda juga memperkaya pemahaman kita mengenai sebuah kata (yang dirasa) penting, yaitu laba. Karena itu, pengembangan pemaknaan laba juga akan dilakukan dalam penelitian ini dengan⁹⁵ menggunakan keuntungan sebagai simbolnya dan dimaknai dari sudut pandang profesi pedagang kaki lima.

¹¹ **PEDAGANG KAKI LIMA**

Pedagang Kaki Lima atau disingkat PKL adalah istilah untuk menyebut penjaja dagangan yang menggunakan gerobak. Istilah itu sering ditafsirkan demikian karena jumlah kaki pedagangnya ada lima. Lima kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga kaki gerobak (yang sebenarnya adalah tiga roda atau dua roda dan satu kaki). Saat ini istilah PKL juga digunakan untuk pedagang di jalanan pada umumnya. Sebenarnya istilah kaki lima berasal dari masa penjajahan kolonial Belanda. Peraturan pemerintahan waktu itu menetapkan bahwa setiap jalan raya yang dibangun hendaknya

menyediakan sarana untuk perjalanan kaki. Lebar ruas untuk pejalan adalah lima kaki atau sekitar satu setengah meter. Sekian puluh tahun setelah itu, saat Indonesia sudah merdeka, ruas jalan untuk pejalan ka²⁹ banyak dimanfaatkan oleh para pedagang untuk berjualan. Dahulu namanya adalah pedagang emperan jalan, sekarang menjadi pedagang kaki lima. Padahal jika merunut sejarahnya, seharusnya namanya adalah pedagang lima kaki. (<http://www.pu.go.id/>).

Pendapat yang¹¹³ ma juga dikemukakan oleh Pemerintah Jakarta dalam Perda DKI Jakarta Nomor 5 tahun 1978 atas dasar faktor lokasi (Chan¹⁸ kirana dan Sadoko, 1995: 73) yang mendefinisikan PKL sebagai mereka yang di dalam usahanya mempergunakan bagian jalan/trotoar dan tempat-tempat umum untuk kepentingan umum yang bukan diperuntukkan tempat usaha serta tempat lain yang bukan miliknya. Rumusan tersebut mengindikasikan bahwa PKL dibedakan dari pedagang lain berdasar jenis peruntukan dan status kepemilikan lokasi usaha mereka bukan berdasar kekuatan modal, cara kerja ataupun status legalitas mereka.

Istilah pedagang kaki lima sebenarnya telah ada dari jaman Raffles yaitu berasal dari istilah 5 feet yang berarti jalur dipinggir jalan selebar lima kaki. Di Amerika, pedagang se¹²⁴ am ini disebut dengan Hawkers yang memiliki pengertian orang-orang yang menawarkan barang dan jasa untuk dijual di tempat umum, terutama di pinggir jalan dan trotoar. (McGee dan Yeung, 1977:25). Di dalam penelitian¹⁸ peneliti menerjemahkan PKL sebagai pedagang yang didalam usahanya mempergunakan bagian jalan/trotoar, dan tempat-tempat untuk kepentingan umum yang bukan diperuntukkan tempat usaha atau tempat lain yang bukan miliknya.

Men¹⁷ it pendapat Bromley (Mulyanto,2007), pedagang kakilima (PKL) merupakan kelompok tenaga kerja yang banyak disektor informal. Pekerjaan pedagang kakilima merupakan jawaban terakhir yang berhadapan dengan proses urbanisasi yang berangkat dengan migrasi desa ke kota yang besar, pertumbuhan penduduk yang pesat, pertumbuhan kesempatan kerja yang lambat disektor industri dan penyerapan teknologi yang padat moral serta keberadaan tenaga kerja yang berlebihan. Pedagang kaki lima (PKL) adalah termasuk usaha kecil yang berorientasi pada laba (*profit*) layaknya sebuah kewirausahaan (*entrepreneurship*). Pedagang kaki lima mempunyai cara tersendiri dalam mengelola usahanya agar mendapatkan keuntungan. Pedagang kaki lima menjadi manajer

tunggal yang menangani usahanya mulai dari perencanaan usaha, menggerakkan usaha sekaligus mengontrol atau mengendalikan usahanya, padahal fungsi-fungsi manajemen tersebut jarang atau tidak pernah mereka dapati dari pendidikan formal (Mulyanto 2007). Manajemen usahanya berdasarkan pada pengalaman dan alur pikir mereka yang otomatis terbentuk sendiri berdasarkan arahan ilmu manajemen pengelolaan usaha, hal inilah yang disebut *learning by experience* (belajar dari pengalaman).

Tawar menawar antar penjual dan pembeli merupakan relasi ciri yang khas pada usaha pedagang kaki lima; dalam melaksanakan pekerjaannya ada yang secara penuh, sebagian lagi melaksanakan setelah kerja atau pada waktu senggang, dan ada pula yang melaksanakan ¹⁴muatan. Keberadaan sektor informal (PKL) juga tidak dapat dilepaskan dari proses pembangunan. Ada dua pemikiran yang berkembang dalam memahami kaitan antara pembangunan dan sektor informal.

Pertama, pemikiran yang menekankan bahwa kehadiran sektor informal sebagai gejala transisi dalam proses pembangunan di Negara sedang berkembang. Sektor informal adalah tahapan yang harus dilalui dalam menuju pada tahapan modern. Pandangan ini berpendapat bahwa sektor informal berangsur-angsur akan berkembang menjadi sektor formal seiring dengan meningkatnya pembangunan. Berarti keberadaan sektor informal merupakan gejala sementara dan akan terkoreksi oleh keberhasilan pembangunan. Namun berapa lama transisi itu harus dilalui, belum bisa dijelaskan.

Kedua, pemikiran yang berpendapat bahwa kehadiran sektor informal merupakan gejala ketidak keseimbangan pembangunan. Kehadiran sector informal dipandang sebagai akibat kebijakan pembangunan yang dalam hal lebih berat dari pada sektor modern (perkotaan) atau industri dari pada sektor tradisional (pertanian). Sektor informal akan terus hadir dalam proses pembangunan selama sektor tradisional tidak mengalami perkembangan. Lebih jauh Effendi ¹⁷97) menjelaskan bahwa keberadaan dari kelangsungan kegiatan sektor informal dalam sistem ekonomi kontemporer bukanlah suatu gejala negatif ¹⁹etapi lebih sebagai realitas ekonomi kerakyatan yang berperan penting dalam pembangunan masyarakat dan pembangunan nasional. Ketika program pembangunan kurang menyediakan peluang kerja bagi angkatan kerja, sektor informal mampu berperan sebagai penampung dan alternatif peluang kerja bagi pencari kerja dan kaum marginal.

Begitupun ketika kebijakan pembangunan cenderung menguntungkan usaha skala besar, sektor informal kendati tanpa dukungan fasilitas sepenuhnya dari Pemerintah dapat memberikan subsidi sebagai penyedia barang dan jasa murah untuk mendukung kelangsungan hidup para pekerja usaha skala besar. Sektor informal perkotaan bagi perkembangan perkotaan seperti Jakarta, Surabaya dan kota-kota besar lainnya tidak pernah bisa diabaikan begitu saja. Warga marjinal yang jumlahnya jutaan ini mempunyai andil besar bagi hidup dan tumbuhnya kota-kota besar tersebut.

LABA DAN KEUNTUNGAN

Pengertian laba secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu (Harnanto, 2003: 444). Laba adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban jika pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih (Simamora, 2000: 25). Laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban dan kerugian. Laba merupakan salah satu pengukur aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akrual (J. Wild, KR Subramanyan, 2003: 407). Berdasarkan definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa laba adalah selisih antara seluruh pendapatan (*revenue*) dan beban (*expense*) yang terjadi dalam suatu periode.

Keuntungan seringkali dianggap sama dengan laba. Di mata masyarakat, laba yang dimaksud oleh keuntungan biasanya dilihat dari kenaikan kemakmuran. Perubahan profil, kepemilikan dan kemewahan dianggap sebagai sebuah keuntungan. Konsep laba akuntansi sebenarnya berasal dari konsep laba ekonomi yang dikembangkan oleh ahli ekonomi klasik (Sari, 2010). Fisher, sebagaimana dikutip oleh Belkaoui (2000: 129) mendefinisikan laba ekonomi sebagai rangkaian kejadian yang berhubungan dengan kondisi yang berbeda, yaitu laba kepuasan batin, laba sesungguhnya dan laba uang.

Laba kepuasan batin adalah laba yang muncul dari konsumsi seseorang sesungguhnya atas barang dan jasa yang menghasilkan kesenangan batin dan kepuasan atas keinginan dimana laba ini tidak diukur secara langsung, tetapi dapat diproyeksikan oleh laba sesungguhnya. Laba sesungguhnya adalah pernyataan atas kejadian yang meningkatkan kesenangan batin, dimana ukuran laba ini adalah biaya hidup. Untuk laba uang, diartikan bahwa laba ini menunjukkan

semua uang yang diterima yang digunakan untuk konsumsi guna membiayai hidup. Laba seringkali pula disebut dalam banyak bahasa. Hal ini terjadi karena terdapat banyak istilah dalam bahasa asing yang kemudian diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia. Namun, dalam penerjemahannya, biasanya banyak kata yang memiliki arti yang sama sehingga pengertian terhadap kata tersebut menjadi ambigu.

Dalam PSAK nomor 23 (2002) *revenue* diartikan sebagai pendapatan dan *Income* adalah penghasilan. *Revenue* dan *Income* memiliki hubungan karena disebutkan pendapatan (*revenue*) adalah penghasilan (*income*) yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda. Maka dapat disimpulkan bahwa *income* merupakan perolehan hasil suatu organisasi dari hasil kegiatan operasionalnya. Sedangkan *revenue* merupakan pendapatan yang diperoleh suatu organisasi baik dari kegiatan operasionalnya maupun dari kegiatan diluar operasional perusahaan. Agar tidak membingungkan, kita juga sering mendengar istilah *profit* dan *earnings* yang sering kita artikan sebagai laba juga.

Earnings menurut Suwardjono (2005: 455), lebih bermakna sebagai laba yang diakumulasi selama beberapa periode sehingga *earnings* digunakan untuk menunjuk laba periode. *Profit* lebih mengarah pada pengertian awal laba, yaitu keuntungan. Melihat perbedaan bahasa tentang laba maka hubungan antara laba dan keuntungan semakin terlihat jelas. Berdasarkan perbedaan tersebut, pendekatan keuntungan terhadap laba lebih tampak dalam bentuk *profit*. Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya, dalam dunia akuntansi, laba bermakna pula sebagai sebuah keuntungan. Melihat hubungan ini, maka dapat diartikan bahwa salah satu arti dari laba adalah keuntungan. Namun, pemaknaan dari sudut pandang pedagang kaki lima, belum tentu keuntungan berarti sebagai laba. Pemaknaan dari sudut pandang yang berbeda inilah yang ingin ditangkap dalam penelitian ini.

INFORMAN PENELITIAN

Ibu Choirum Jannah

Ibu Choirum Jannah adalah seorang pedagang kaki lima yang saat ini bekerja di jalan baru kota Ponorogo. Ibu Choirum Jannah adalah penjual soto ayam. Ibu Choirum Jannah menyelesaikan sekolahnya sampai dengan SMA. Saat ini Ibu Choirum Jannah

berjualan sendiri karena anak-anaknya telah berkeluarga semua. Dengan usia 40 tahun Ibu Choirum Jannah berjualan soto dari jam 6 pagi sampai jam 11 siang, Ibu Choirum berasal dari Jl Kenanga 19 Ponorogo. Ibu ini telah lama berjualan di Jalan Baru kurang lebih 11 tahun. Ibu Choirum Jannah menjadi pedagang kaki lima, dengan bermula dari modal Rp. 400.000 (empat ratus ribu rupiah) dan Ibu Choirum jannah berpenghasilan kotor rata-rata per hari Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah). Ibu Choirum Jannah mengatakan bahwa keuntungan adalah "*Saget nyekapi keperluan sedino-dino lan saget didamel nedhi (Dapat terpenuhinya kebutuhan sehari-hari dan bisa dibuat makan)*".

Dengan keberadaannya, tuntutan kehidupannya tentu tidaklah sebesar di kota besar seperti yang ada. Lingkungan kehidupannya juga tidak menuntut kebutuhan uang yang melimpah. Kebutuhan hidup primer yang lebih banyak dipenuhi. Tentu saja dengan ditambah kebutuhan keluarganya. Ibu Choirum Jannah tidak memiliki catatan hasil berdagangnya sejak beliau mulai berdagang. Sebagai seorang pedagang kaki lima, Ibu Choirum Jannah berkata, "*Alhamdulillah hasil nyisihaken untung dagang niki kulo saget nyekolahaken anak-anak kulo lan ugi saget damel nyekapi keperluan saben dintene, damel arisan, sumbangan lan saget damel lintu-lintune. (Alhamdulillah dari hasil penyisihan keuntungan dagang ini, saya bisa menyekolahkan anak-anak saya, dan memenuhi kebutuhan tiap hari, serta digunakan untuk arisan, sumbangan dan lain-lain)*".

Penyisihan merupakan hasil dari pengurangan pendapatan terhadap biaya hidup yang harus dikeluarkan oleh Ibu Choirum Jannah. Yang paling menarik dari kisah Ibu Choirum Jannah adalah ketulusannya dalam mengembalikan apa yang menjadi milik Allah SWT. "*Kulo mboten nate mungel sumbangan utawi nyatet arto, ingkang kulo dalaken wonten dalane Allah. Margi untung kulo nggih saking Allah, dados niku sedoyo kagungane Allah. (Saya tidak pernah bilang sumbangan atau mencatat uang yang saya keluarkan di Jalan Allah. Karena keuntungan yang saya dapatkan adalah dari Allah, Jadi itu semua milik Allah)*".

Ibu Choirum Jannah memaknai keuntungan adalah dari hasil yang diperoleh setiap harinya bisa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, mulai dari makan, buat biaya pendidikan anak-anaknya, arisan sampai pada sumbangan (dana sosial). Karena Ibu Choirum Jannah menganggap bahwa semua yang diperolehnya dari Allah, maka akan dikembalikan kepada Allah. Sehingga ini bisa diambil

kesimpulan bahwa keuntungan dimaknai oleh Ibu Choirum Jannah sebagai ketulusan dalam melangsungkan hidup baik untuk diri sendiri, keluarga maupun orang lain.

Ibu Lilik Suratmini

Ibu Lilik Suratmini merupakan seorang pedagang kaki lima yang sekarang berdagang di jalan baru kota ponorogo yang berasal dari Jalan Menur 45 Ponorogo. Beliau berumur 31 tahun dan berpendidikan sampai jenjang SMA, Ibu Lilik Suratmini berjualan susu sapi segar setiap harinya dari jam 6 pagi sampai jam 11 siang, Ibu Lilik Suratmini sudah berjualan selama 5 tahun di jalan baru, dengan modal sebesar Rp. 200.000 (dua ratus ribu rupiah) Ibu Lilik Suratmini memulai usaha PKL dengan berdagang susu segar. Ibu Lilik Suratmini menjadi PKL karna penghasilannya lumayan yaitu antara Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah) sampai Rp. 200.000 (dua ratus ribu rupiah) setiap harinya, namun itu penghasilan kotor. Ibu Lilik Suratmini mengatakan bahwa keuntungan adalah "*Saget nyekapi keperluan saben dinten tiang sak omah kulo (Dapat terpenuhinya kebutuhan sehari-hari orang serumahku)*".

Dalam kehidupan Ibu Lilik Suratmini, beliau tidak begitu mementingkan pencatatan penghasilannya dari jualan menjadi pedagang kaki lima, "*Kulo mboten nate ndamel catetan duwet kulo, tapi kulo emut-emut kinten-kinten pinten seng kulo dalaken saben dinten. (Saya tidak pernah membuat catatan uang saya, tapi saya ingat kira-kira berapa pengeluaran saya setiap hari)*", cerita ibu Lilik Suratmini.

Hati nurani Ibu Lilik Suratmini juga sering terketuk oleh keadaan dirinya dan keluarganya yang kurang mampu. Oleh karena itu apabila masih ada sisa susu yang tidak terjual biasanya diberikan ke orang atau tetangganya Ibu Lilik Suratmini, karena Ibu Lilik Suratmini mengetahui rasanya bagaimana menjadi orang yang tidak mampu sebagaimana ungkapan Lilik Suratmini: "*Kulo menawi ningali tiang-tiang mboten gadah niku mesaaken, kadang kulo sukani arto utawi sadean kulo tapi namung sekedik, seng penteng kulo pikantuk ganjaran saking Allah, kulo pun lego, mbantu tiang sanes rak nggih perintah Allah. (Saya kalau melihat orang-orang yang tidak mampu itu kasihan, Kadang aku kasih uang atau sisa daganganku meskipun sedikit. Yang penting aku mendapat pahala. Itu sudah membuat saya puas. Dan tolong menolong antar sesama perintah Allah)*".

Ibu Lilik Suratmini memaknai keuntungan ini tidak jauh dengan Ibu Choirum Jannah bahwa keuntungan adalah hasil yang diperoleh bisa memenuhi kebutuhan keluarga setiap harinya. Karena Ibu Lilik merasa bahwa dirinya tidak mampu dan juga memahami bagaimana rasanya menjadi orang yang tidak mampu, maka ketika ada kesempatan untuk berbagi dengan orang yang tidak mampu meskipun hanya sedikit rasanya sangat puas. Ibu Lilik tidak berharap mendapatkan imbalan apapun kecuali pahala dari Allah, dan mendapatkan kepuasan ketika masih diberi kesempatan untuk menolong antar sesama. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa keuntungan dimaknai oleh Ibu Lilik sebagai sebuah kepuasan batin, meskipun dia orang tidak mampu tetapi masih diberi kesempatan oleh Allah, untuk bisa menolong antar sesama.

Ibu Nur Aliyah

Ibu Nur Aliyah adalah seseorang yang telah cukup makan asam garam dalam kehidupannya sebagai seorang pedagang kaki lima. Ibu Nur Aliyah berasal dari perum Grisimei Blok DG 1, dengan usia 30 tahun Ibu Nur Aliyah mengadu nasib di Jalan Baru Ponorogo dengan berjualan bubur kacang ijo, Ibu ini lulusan SMK, Ibu ini sejak tahun 2007 berdagang di jalan baru Ponorogo. Ibu ini berjualan setiap hari dari jam 6 pagi sampai jam 11 siang, dengan pendapatan antara dibawah Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah) setiap harinya. Dari modal dibawah Rp.1.000.000 dari dulu Ibu Nur Aliyah sudah menjadi PKL karna menguntungkan. Ibu Nur Aliyah mengatakan keuntungan adalah "*Dengan tercukupinya buat makan setiap harinya*". Ibu Nur Aliyah tidak memiliki catatan hasil berdagangnya sejak beliau mulai berdagang, "*Saya tidak pernah mencatat semua pendapatan atau pengeluaran saya*".

Ibu Nur ini memang sangat memperhatikan kebutuhannya karena menurutnya, bayarlah apa yang menjadi kewajibanmu, yaitu kewajiban membayar iuran dagangannya dan jalankan apa perintah Allah. Lebih lanjut Ibu Nur Aliyah juga mengatakan bahwa "*Kebutuhan setiap hari sudah saya rancang sendiri-sendiri. Mulai dari kebutuhan pribadi saya sampai pada kebutuhan keluarga saya. Sisanya saya simpan*".

Ibu Nur Aliyah memaknai keuntungan ini tidak jauh dengan kedua informan sebelumnya bahwa keuntungan adalah tercukupinya makan setiap hari. Tetapi bedanya Ibu Nur Aliyah ini mempunyai

prinsip dalam hidupnya yaitu “*Bayarlah apa yang menjadi kewajibanmu, yaitu kewajiban membayar iuran dagangannya jika ada, bayarlah kewajiban untuk bayar sekolah anakmu dan jalankan apa perintah Allah*”. Dari prinsip hidup yang dimiliki Ibu Nur Aliyah ini bisa diambil kesimpulan bahwa dalam hidup kita harus ingat dengan kewajiban kita, baik dari pengeluaran yang kita kelola maupun kewajiban kita terhadap perintah Allah. Karena Allah itu tidak pernah tidur dan apapun yang dijalankan manusia Allah selalu mengetahuinya, untuk itu sebuah kejujuran menjadi modal utama untuk kelangsungan hidup.

Bapak Mohadi

Bapak Mohadi adalah seorang ¹³⁴pedagang kaki lima yang saat ini bekerja di ¹³⁴jalan baru Ponorogo. Bapak Mohadi berjualan es kelapa muda. Bapak Mohadi menyelesaikan sekolah sampai jenjang STM. Saat ini Bapak Mohadi berjualan dengan istrinya. Diusia 51 tahun Bapak Mohadi berjualan es kelapa muda dari jam setengah delapan pagi sampai jam setengah dua siang, Bapak Mohadi berasal dari Jalan Barong no 48, Bapak Mohadi telah lama berjualan di jalan baru yaitu dari tahun 2002 sudah berdagang es kelapa muda.

⁵⁵Bapak Mohadi berdagang dari modal Rp. 200.000 (dua ratus ribu rupiah). Bapak ¹⁷⁴Mohadi berpenghasilan tidak tentu tapi rata-rata per hari dibawah Rp 50.000 (lima puluh ribu rupiah). Dari hasil keuntungan ⁵⁵penjualan tersebut Bapak Mohadi mengartikan sebuah keuntungan adalah “*Iso nyukupi keperluan sedino-dino lan iso digawe nyukupi keperluan anak’e. (Dapat terpenuhinya kebutuhan sehari-hari dan bisa dibuat memenuhi kebutuhan anaknya)*”.

Bapak Mohadi tidak memiliki catatan hasil berdagangnya sejak beliau mulai berdagang. Sebagai seorang pedagang kaki lima, Bapak Mohadi berkata, “*Seng penting iso nyukupi keperluan saben dinone lan cukup kanggo mangan, nek soal simpenaku, aku ora utamaake tapi kanggoku simpenanku yo ndok anakku iku, yoiku ilmu seng di golek nok sekolahan. (Yang penting dapat terpenuhinya kebutuhan tiap hari dan cukup untuk di makan, kalo soal tabungan, saya tidak utamakan tapi bagi saya tabungan saya adalah di anak yaitu ilmu yang di peroleh dari belajarnya di sekolahan)*”.

Yang menarik dari kisah Bapak Mohadi adalah keikhlasannya serta ketulusannya dalam mencari nafkah untuk anak-anaknya. “*Nek aku seng penting yo keluargaku, tak utama’ake anak-anakku, piye*

supoyo aku iso nggawe anak-anakku dadi uwong seng sukses lan ojo sampai anak-anakku dadi koyo aku, seng isane mung dodol es degan. Aku dodol koyo ngene yo orak kanggo aku dewe tapi kanggo anak-anakku. Aku ora tau ngomong iku awehe atowo opo wae neng anakku. Aku yo ora nyatet duwet seng tak tokke kanggo anak-anakku. Aku anggep iku kabeh awehe ko gusti Allah kanggo anakku. Dadi aku orak tau nganggeb iku hakku. (Kalau saya yang terpenting adalah keluarga saya, terutama anak-anak saya, bagaimana supaya saya dapat membuat anak-anak saya menjadi orang yang berhasil dan jangan sampai anak-anak saya menjadi seperti saya, yang hanya berjualan es degan. saya berjualan seperti ini juga bukan untuk saya sendiri tapi untuk anak-anak saya. Saya tidak pernah bilang itu pemberian atau apa pun ke pada anak saya. Saya juga tidak mencatat uang yang saya keluarkan untuk anak-anak saya. Saya anggap itu semua pemberian dari Allah untuk anak saya. Jadi saya tidak pernah menganggap itu adalah hak saya)".

Bapak Mohadi memaknai keuntungan yaitu dapat terpenuhi kebutuhan sehari-hari dan bisa memenuhi kebutuhan anak-anaknya. Dari hasil wawancara diatas Bapak Mohadi ini yang dipentingkan dalam hidupnya adalah pendidikan buat anak-anaknya. Semboyannya, Bapak Mohadi tidak menghendaki anak-anaknya seperti Bapaknya yaitu menjual es degan. Sehingga pendidikan untuk anak adalah nomor satu, dengan harapan anaknya bisa berhasil. Bapak Mohadi juga menganggap bahwa keuntungan yang diperoleh setiap harinya itu untuk anaknya, pemberian Allah untuk anaknya melalui dia (Bapak Mohadi). Akhirnya dari informan ini bisa disimpulkan bahwa keuntungan diartikan sebagai sebuah keikhlasan demi pendidikan anak-anaknya agar menjadi orang yang berhasil.

PERSEPSI KEUNTUNGAN

Setiap manusia memiliki kehidupan dan kisahnya masing-masing. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam setiap cerita yang dikisahkan. Ibu Choirum Jannah, tidak memiliki catatan keuangan seluruh pendapatan dan pengeluaran. Menilai penyisihan atau simpanan keuntungan ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Ibu Lilik Suratmini, sisa keuntungannya dianggap sebagai simpanan. Simpanan ini yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya disaat dibutuhkan. Ibu Nur Aliyah, sisa pendapatannya juga disimpan. Kemudian Bapak Mohadi yang menyisihkan uangnya untuk keperluan anaknya.

8
Setiap informan menganggap sisa pendapatan dari hasil berdagang mereka adalah sebagai simpanan atau tabungan. Sisa pendapatan yang dimaksud adalah yang penting mereka bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari itu, tetapi bukan mereka punya catatan khusus atas perhitungan dari usaha mereka, yaitu pendapatan dikurangi biaya-biaya sama dengan laba atau rugi tetapi yang penting bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari dan kalau toh ada sisa mereka simpan artinya simpanan atau tabungan yang mereka maksud bukan murni hanya dalam bentuk uang yang disimpan di bank tetapi kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari itu. Simpanan atau tabungan yang berupa uang tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup mereka ataupun untuk kebutuhan tiba-tiba dimasa darurat. Sedangkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari adalah dianggap tabungan akherat.

8
Keuntungan yang disebutkan di atas, dilihat dari sudut pandang para informan yang dianggap sebagai tabungan atau simpanan. Ini yang menjadi suatu makna keuntungan yang berkaitan dengan materi. Dimana tabungan dan simpanan adalah untuk kelangsungan kebutuhan hidupnya dikala sakit dan sudah tua semasa masih hidup di dunia. Namun, makna keuntungan tersebut tidak berhenti sampai disitu. Kesepuluh pedagang kaki lima diatas memiliki ceritanya sendiri-sendiri. Ibu Nur Aliyah merupakan individu yang taat terhadap segala bentuk pengeluaran wajib. Hal ini ternyata terkait dalam pernyataannya *Bayarlah apa yang menjadi kewajibanmu, yaitu kewajiban membayar iuran dagangannya jika ada, bayarlah kewajiban untuk sekolah anak dan jalankan apa perintah Allah.* Keyakinan Ibu Nur Aliyah untuk bertindak sejujur-jujurnya dilandasi oleh komitmennya dalam menjalankan apa yang dipercayainya. Hal ini menunjukkan adanya sebuah keuntungan dari segi spiritual untuk menjalankan apa yang seharusnya memang menjadi perintah Allah.

Hal ini sejalan dengan apa yang Ibu Choirum Jannah menyatakan tidak pernah bilang sumbangan atau mencatat uang yang dikeluarkan di Jalan Allah. Karena keuntungan yang didapatkan adalah dari Allah, jadi itu semua milik Allah. Keuntungan dari segi spiritual terlihat jelas dalam pembicaraan dengan Ibu Lilik Suratmini, *"Saya kalau melihat orang-orang yang tidak mampu itu kasihan, Kadang aku kasih uang atau sisa daganganku meskipun sedikit. Yang penting aku mendapat pahala dari Allah. Itu sudah membuat saya puas. Dan tolong menolong antar sesama kan perintah Allah"*.

Dalam potongan pernyataan Bapak Mohadi “*Saya anggap itu semua pemberian dari Tuhan untuk anak saya. Jadi saya tidak pernah menganggap itu adalah hak saya*”. Pendapat tersebut menunjukkan adanya kesamaan sudut pandang keuntungan spiritual yang semua tujuannya dihubungkan dengan Allah dan mengedepankan kejujuran serta keikhlasan. Keuntungan kepuasan batin menjadi salah satu jenis keuntungan yang berhasil ditemukan. Dalam potongan pernyataan Ibu Lilik Suratmini, *Saya kalau melihat orang-orang yang tidak mampu itu kasihan, kadang aku kasih uang atau sisa daganganku meskipun sedikit. yang penting aku mendapat pahala dari Allah. Itu sudah membuat saya puas.*

Kepuasan batin tersebut dilihat dari kepuasan dimana Allah masih memberikan kesempatan bagi orang tidak mampu seperti Ibu Lilik Suratmini untuk berbagi dan tolong menolong antar sesama merupakan sebuah keuntungan yang penting bagi seorang pedagang kaki lima. Mereka berpendapat atau memaknai keuntungan seperti diatas karena selama ini hidup mereka serba pas-pasan. Keuntungan kepuasan pribadi ini mungkin tidak akan sama dengan profesi lainnya seperti dokter, advokat, politisi dan lain-lain. Setiap informan memiliki ceritanya sendiri-sendiri dalam memaknai keuntungan sesuai kondisi keadaan ekonomi mereka.

SIMPULAN

Pedagang kaki lima di kota Ponorogo termasuk salah satu jenis usaha yang dapat digolongkan sebagai sektor informal dan mempunyai ciri-ciri dan karakteristik tertentu dan juga digolongkan sebagai bentuk wirausaha karena mulai perencanaan membuka usaha, menjalankan usaha, kelengkapan dan kebutuhan usaha sampai dengan pengendalian usaha dilakukan sendiri.

183

Makna keuntungan menurut pedagang kaki lima di kota Ponorogo adalah 1) Keuntungan materi dalam bentuk simpanan atau tabung yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga; 2) Keuntungan spiritual terlihat dari kemauan para pedagang kaki lima untuk tetap memperhatikan perintah Tuhan dan menjauhi segala larangan-Nya, 3) Keuntungan kepuasan batin bisa membuat orang lain senang, meskipun sebagai pedagang kaki lima tetap mendapatkan kesempatan untuk berbagi. Mungkin pemaknaan keuntungan kepuasan batin dapat ditemui pada profesi lain, namun

kepuasan batin dalam profesi pedagang kaki lima adalah ²³kepuasan apabila dapat membuat hati orang lain senang, dan 4) Keuntungan berupa tabungan akherat yaitu dengan mampu mencukupi kebutuhan keluarganya, menyekolahkan anak-anak mereka diharapkan anak-anak mereka nanti sukses baik didunia maupun di akherat.

Keempat per¹⁸naan keuntungan ini muncul dari sudut pandang kesepuluh pedagang kaki lima yang memiliki tuntutan dan latar belakang kehidupan yang berbeda-beda. Penelitian ini memang hanya difokuskan untuk melihat sudut pandang "keuntungan" dari profesi pedagang kaki lima.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Sodikin, 2000. [http://Organisasi.org/jenis-macam-pedagang-distributor agengrosir. com](http://Organisasi.org/jenis-macam-pedagang-distributor-agengrosir.com). 7 Januari 2011 ¹²⁶
- _____, 2000. *Artikel tentang Laba*; [http://Café-ekonomi.Blogspot.com/2009/09/artikel-tentang laba.html](http://Café-ekonomi.Blogspot.com/2009/09/artikel-tentang-laba.html).
- Belkaoui, Ahmed R., 2000. *Accounting Theory*. Marwata dkk. (penerjemah). Salemba Empat. Jakarta
- Candrakirana dan Sadoko, 1995, *Dinamika Ekonomi Informal di Jakarta-Industri daur Ulang, Angkutan Becak dan Pedagang Kaki Lima Jakarta Indonesia*.
- ¹²² Effendi, Tadjuddin Noer, 1993, *Sumber daya Manusia Peluang Kerja dan Kemiskinan*, Yogyakarta, Tiara Wacana.
- ⁵⁰ E. Palmer, Richard. 2005, *Hermeneutics Interpretation Theory in Schleirmacher, Dilthey, Heidegger, and Gadamer* diterjemahkan oleh Masnuri Hery dan Damanhuri dengan judul *Hemeneutika; Teori Baru Mengenai Interpretasi*. Cet. II; Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hamzah Ahmad, Ananda Santoso, 1996, *Kamus Pintar Bahasa Indonesian*, Surabaya, Fajar Mulia ¹⁵³
- Harnanto. 2003. *Akuntansi Perpajakan*. Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2002. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta
- Sari, Dian purnama, 2010. *Tarif Kentungan Bagi Profesi Dokter Dengan Pendekatan Hermeneutika Intensionalisme Jural Akunatansi Keuanagan dan Pasar Modal*, Simposim Nasional Akuntansi 13. Purwokerto.

- Kusumawijaya, Marco. 2006, *Kota Rumah Kita*. Borneo Publication. Jakarta.
- Mulyanto, 2007, Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Kaki Lima Menetap (Suatu Survai pada Pusat Perdagangan dan Wisata Di Kota Surakarta) dalam *Jurnal BENEFIT*, Volume 11, Nomor 1, Juni 2007, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- McGee T.G dan Y.M, Yeung, 1977, *Hawkers in Southeast Asian Cities; Planning for the Bazaar Economy*, IDRC Publisher, Canada
- Nasir M, 1988, *Metodologi Penelitian*, Jakarta, Ghalia Indonesia
- Santoso, Slamet, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Plus Aplikasi Program SPSS, P2FE*, Universitas Muhammadiyah Ponorogo,
- Simamora, Henry. 2000. *Akuntansi: Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Subiantoro, Eko B. dan Iwan Triyuwono. 2004. *Laba Humanis: Tafsir Sosial atas Konsep Laba dengan Pendekatan Hermeneutika*, Bayumedia Publishing. Malang.
- Sutopo, H.B. 2003. *Pengumpulan dan Pengolahan Data Penelitian Kualitatif*, Dalam Metodologi Penelitian Kualitatif; Tinjauan Teoritis dan Praktis, Lembaga Penelitian Universitas Islam Malang dan Visipress. Malang.
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*, BPFE. Yogyakarta.
- Wild, John J., K.R. Subramanyan, dan Robert E. Haley, 2003. *Financial Statement Analysis (Analisis Laporan Keuangan)*. Salemba Empat, Jakarta.
- <http://www.pu.go.id/humasmedia%20massa/agustus/kp0208002.htm>

DINAMIKA USAHA: Pengrajin Reog Ponorogo

Naning Kristiyana, SE, MM.⁷
Titi Rapini, SE, MM.

Kontribusi Usaha Kecil Menengah atau disingkat UKM terhadap pengurangan jumlah pengangguran begitu penting juga mengingat pengangguran saat ini sudah menjadi persoalan yang boleh dibilang amat akut, sehingga diharapkan UKM lebih dapat dikembangkan sehingga dapat memberikan kontribusi penting terhadap usaha pengentasan kemiskinan serta pengembangan usaha yang lebih maju dan kompetitif bagi UKM. Banyak sekali berbagai penelitian membuktikan bahwa UKM mampu meningkatkan pendapatan keluarga miskin. Seperti penelitian Hamidah dan Santoso (2007) menunjukkan bahwa Kelompok Masyarakat/Pokmas Industri Roti di Desa Kalimalang Ponorogo mampu menambah pendapatan keluarga. Penelitian dari Lindawati Kartika (2014) yang berjudul *Model Pengembangan Kinerja UKM dengan Modal Insani dan Modal Sosial* memberi kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif, pelatihan umum dan pelatihan spesifik terhadap kinerja UKM.

Pengrajin Reog sebagai salah satu UKM di Ponorogo yang memiliki keunikan tersendiri yang menghasilkan seperangkat Reog dengan segala atributnya juga telah banyak membantu mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Selain itu pengrajin Reog juga sangat berperan terhadap kesenian Reog Ponorogo yang membawa nama Ponorogo sehingga dikenal masyarakat Indonesia hingga masyarakat manca negara. Dengan adanya Reog ada Festival Reog Nasional, hotel-hotel baru mulai

167

⁷ Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Dinamika Usaha: Pengrajin Reog Ponorogo* ini merupakan hasil penelitian yang didanai oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi dan telah dimuat dalam Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga Volume 2, Nomor 1, Tahun 2017. https://www.researchgate.net/publication/324892240_DINAMIKA_USAHA_PENGR AJIN_REOG_PONOROGO.

bermunculan di Ponorogo, para pengusaha restoran, pakaian, perumahan, jasa, sampai pada lembaga keuangan perbankan juga membuka cabang usahanya di Ponorogo, sehingga pertumbuhan ekonomi Ponorogo menjadi meningkat. Kontribusi kesenian reog sangat strategis dalam membangun pertumbuhan ekonomi daerah Ponorogo.

Dengan demikian Pengrajin Reog sebagai UKM penghasil reog tentunya harus diperhatikan perkembangan usahanya baik secara kualitas dan kuantitas, yang mampu memberikan sumbangan pada pertumbuhan ekonomi daerah terbukti kerajinan Reog tersebut telah dapat diekspor ke berbagai negara seperti Australia, Bangladesh, Filipina, dan lain-lain. Prospek kerajinan Reog ini semakin menggembirakan karena seni Reog sekarang ini merupakan salah satu andalan pariwisata Ponorogo berskala nasional bahkan internasional. Bahkan pemerintah Kabupaten Ponorogo sejak tahun 1994 semakin memantapkan dalam memelihara dan melestarikan kesenian dan budaya Reog dengan menyelenggarakan Festival Reog Nasional setiap tahun⁷⁰. Ternyata respon masyarakat sangat menggembirakan terbukti peserta festival datang dari berbagai daerah di Jawa Timur bahkan luar Jawa dan jumlah pesertanya pun dari tahun ke tahun semakin bertambah, terbukti jumlah peserta festival Reog tahun 2008 berjumlah 30 peserta yang sebelumnya tahun 2007 hanya 25 peserta yang sebagian besar datang dari luar Jawa Ti³⁸r. Kesuksesan reog sangat didukung oleh pengrajin reog, karena merekalah yang membentuk dan mendesain reog dengan indah dan mempesona. Jumlah pengrajin reog dari tahun ke tahun semakin bertambah meskipun tidak terlalu besar. Data BPS Kabupaten Ponorogo tahun 2007 jumlah pengrajin Reog 16 pengrajin, hal ini mengalami kenaikan karena pada tahun 2013 pengrajin reog sejumlah 24 pengrajin.

Keadaan tersebut telah membawa angin segar bagi pengrajin Reog di Ponorogo bagi kemajuan kerajinan Reog. Pemakaian bulu merak dan kulit harimau asli sebagai bahan dasar pembuatan Dadak Merak merupakan sifatnya yang khas. Satu unit Reog Ponorogo terdiri dari Dadak Merak, Topeng Reog (kepala macan), Topeng Klanasewandono, Topeng Bujangganong, Jaran Kepang, Pecut Samandiman serta ragam busana penari dan penabuh gamelan dengan segala atributnya. Harga satu unit Reog Ponorogo ini berkisar 20 sampai 25 juta rupiah.

Kesenian Reog sebagai budaya asli Ponorogo, dengan perkembangan budaya sebagai asset daerah akan berdampak pada kegiatan industri atau pengrajin Reog karena merekalah yang memproduksi semua atribut Reog sehingga dapat ditampilkan dengan mempesona. Potensi pasar terhadap permintaan Reog di wilayah Indonesia bahkan Internasional cukup menjanjikan, tentunya dapat membawa pertumbuhan ekonomi daerah, yang juga harus didukung dengan produktivitas pengrajin Reog yang semakin maju, berkualitas dan kompetitif, juga akan berdampak pada penyerapan tenaga kerja. Untuk itu maka diperlukan informasi bagaimana kondisi pengrajin Reog di Ponorogo ini, bagaimana permasalahan dan kendala yang dihadapi para pengrajin Reog, yang pada akhirnya berkelanjutan terhadap manajemen usaha agar tetap *survive* untuk jangka panjang.

REOG PONOROGO

Kesenian Reog adalah asli dari Ponorogo, walaupun kini telah banyak berdiri perkumpulan Reog Ponorogo di berbagai kota di Indonesia. Kemasyhuran seni Reog Ponorogo memang telah mengantarkan Kabupaten Ponorogo menjadi kota yang diperhitungkan dalam seni tradisional di Indonesia. Tak heran kota ini menjadi sebutan sebagai kota Reog.

Seni Reog timbul sejak jaman Kerajaan Kediri, sekitar abad XI. Di wilayah Ponorogo dulu, yang waktu itu bernama Wengker, berdirilah sebuah kerajaan Bantarangin (konon terletak di wilayah kecamatan Somoroto sekarang). Kerajaan tersebut diperintah oleh seorang raja yang adil dan bijaksana dan masih muda remaja bernama Prabu Klanasewandono. Raja Bantarangin tersebut memiliki seorang patih yang cerdas dan sakti mandraguna bernama Pujangga Anom (dalam pertunjukkan Reyog disebut Bujangganong).

Suatu hari Prabu Klana Sewandono bermimpi, seolah-olah berjumpa dengan seorang putri yang cantik jelita dari kerajaan Kediri bernama Putri Songgolangit. Seketika sang Prabu jatuh cinta. Ia kemudian mengutus patih Pujangga Anom untuk melamar Putri Songgolangit. Putri kerajaan itu bersedia menerima lamaran Prabu Klana Sewandono asalkan sang Prabu mampu mempersembahkan tontonan yang belum pernah ada di dunia ini. Patih Pujangga Anom yang cerdas akhirnya menemukan ide tontonan yang diminta sang dewi, yakni dengan memanfaatkan Raja Singa Barong yang

dikalahkan oleh Prabu Klana Sewandono. Raja Singa Barong konon berkepala harimau dan di atasnya bertengger burung merak. Dengan ditambah bunyi-bunyian, maka jadilah iring-iringan Prabu Klana Sewandono dan Prabu Singa Barong itu menjadi tontonan seperti yang dikehendaki oleh Dewi Sanggalangit. Iring-iringan itulah yang kemudian disebut kesenian Reog seperti yang kita saksikan sekarang.

Tokoh-tokoh yang disebut dalam legenda Reog itu masih merupakan misteri sampai sekarang. Beberapa budayawan maupun peneliti sejarah Ponorogo mempunyai pendapat yang berbeda. Ada versi yang berpendapat bahwa Prabu Klana Sewandono tak lain adalah Prabu Wijaya atau disebut juga Prabu Jaka Bagus yang memerintah kerajaan

Wengker pada abad X. Sedangkan Dewi Sanggalangit tak lain adalah nama lain dari Dewi Sanggalangit putri mahaprabu Airlangga dari Kerajaan Kediri. Sedangkan Bujangganong nama lain dari Mpu Bajang Anung, Patih kerajaan Wengker yang sakti mandraguna. Dalam sejarah menyebutkan kerajaan Wengker akhirnya ditaklukkan oleh Prabu Airlangga pada tahun 1035 M. Prabu Wijaya beserta seluruh keluarganya tewas dalam peperangan. Secara historis kesenian reog Ponorogo erat kaitannya dengan tradisi dan kepercayaan yakni animisme. Masyarakat Ponorogo memandang bahwa burung Merak sebagai simbol keindahan.

Jumlah organisasi kesenian yang ada di Ponorogo adalah sejumlah 267 unit, seiring dengan program Pemerintah Kabupaten Ponorogo. Karena Reog merupakan kesenian asli dari Ponorogo maka setiap desa disarankan minimal harus ada satu unit kesenian Reog dan sebagai ajang keterampilannya dalam pagelarannya. Pada setiap bulan Suro diadakan Festival Kesenian Reog Nasional yang diikuti oleh peserta dari seluruh penjuru Indonesia.

Satu unit Reog Ponorogo terdiri dari Dadak Merak, topeng reog (kepala macan), topeng klanasewandono, topeng bujangganong, jaran kepeng, pecut samandiman serta ragam busana penari dan penabuh gamelan dengan segala atributnya.⁵² Peralatan Reog Ponorogo berjumlah 17, peralatan tersebut adalah: Barongan: 1 Buah, Topeng Klono Sewandono: 1 Buah, Topeng Bujang Ganong: 1 Buah, Topeng Patrajaya: 2 Buah, Eblek (jaranan) lazimnya: 2 Buah, Kendang: 1 Buah, Ketipung: 1 Buah, Terompet: 1 Buah, Kempul: 1 Buah, Kethuk kenong: 2 Buah, Angklung: 4 buah,

Dari tahun ke tahun Reog tumbuh bagai jamur di musim penghujan. Bukan saja di kota Ponorogo, namun juga di berbagai kota di Indonesia. Kini boleh dibilang Seni Reog Ponorogo mengalami jaman keemasan. Hampir setiap desa di Kabupaten Ponorogo memiliki satu atau lebih perkumpulan Reog. Bahkan yang amat memanggakan ialah ikut sertanya para generasi muda dalam melestarikan dan mengembangkan kesenian khas daerahnya. Kesenian tradisional ini tak hanya ditampilkan pada acara-acara yang bersifat nasional, namun juga acara yang bersifat internasional. Berkali-kali kesenian ini mewakili Jawa Timur dalam pameran kebudayaan di berbagai negara. Misalnya KIAS (kerja sama kebudayaan pemerintah Indonesia dengan Amerika Serikat) di California tahun 1991, Pameran kebudayaan di Sevilla Spanyol tahun 1992.

PENGRAJIN REOG

Sulaeman (2004) dalam tulisannya menekankan bahwa komoditi yang sangat berpeluang untuk bisa diperdagangkan secara aktif di pasar regional / global adalah komoditi yang mempunyai keunggulan komparatif diantaranya adalah komoditi dari sektor pertanian, industri pengolahan dan industri kecil. Usaha yang banyak tersebut pada umumnya adalah UMKM. Tambunan dalam Sulaeman menyebutkan bahwa krisis ekonomi memberi pelajaran berharga yang dapat diambil adalah: (1) Ekonomi Indonesia tidak dapat hanya mengandalkan peranan usaha besar. (2) UMKM memiliki ketahanan yang lebih baik dibandingkan dengan usaha besar karena lebih efisien.

Menurut Irianto (2004:365), yang dimaksud usaha kecil adalah kegiatan usaha yang mempunyai modal awal yang kecil, atau nilai kekayaan (asset) yang kecil dan jumlah pekerja yang juga kecil. Selanjutnya dijelaskan bahwa usaha kecil adalah yang mempunyai pekerja kurang dari 20 orang atau nilai aset yang kurang dari Rp. 200 juta dan usaha yang terlalu kecil dengan jumlah pekerja kurang dari lima orang dikatakan sebagai usaha mikro. Dan sesuai dengan Peraturan Menteri Perindustrian RI Nomor: 07/M-IND/PER/2005, tentang Penetapan Jenis-jenis Industri Dalam Pembinaan dan Pengembangan masing-masing Dirjend di lingkungan Departemen Perindustrian bahwa Industri Kecil dan Menengah adalah yang mempunyai investasi perusahaan industri sampai dengan Rp. 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Menurut Undang-Undang Nomor

9 Tahun 1995 bahwa yang dimaksud industri kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih kurang dari Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

54

Upaya pengembangan dan pemberdayaan UKM dewasa ini mendapat perhatian yang cukup besar dari berbagai pihak, baik perbankan, swasta, lembaga swadaya masyarakat, lembaga-lembaga internasional serta khususnya pemerintah sendiri. Pada pemerintahan sekarang ini untuk mendukung percepatan ekonomi maka pemberdayaan dan pengembangan UKM lebih diutamakan sehingga tercapainya percepatan pembangunan ekonomi yang dapat mengurangi angka pengangguran dan mengurangi angka kemiskinan.

PERMASALAHAN INDUSTRI KECIL

2 Susilo et al., (2008) melakukan kajian masalah dan kinerja industri kecil di Kabupaten Bantul Provinsi DIY. Survei dilakukan terhadap 100 pengusaha yang tergolong industri skala kecil dan menengah (IKM). Hasil kajian tersebut menjelaskan bahwa masalah utama yang dihadapi oleh pengusaha adalah ketidakmampuan memenuhi kewajiban finansial terhadap pihak lain dan keterbatasan untuk menambah modal. Masalah lain yang dihadapi adalah menurunnya hasil produksi dan pemasaran hasil produksi. Dengan indikator kinerja tingkat produksi maka sebagian besar unit usaha (65%) mengalami penurunan, sedangkan 23% produksinya tetap, dan sebanyak 12% mengalami peningkatan. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa para pengusaha pada skala IKM memiliki kerentanan yang tinggi terhadap berbagai sumber guncangan. Adanya bencana gempa bumi berdampak cukup besar terhadap kemampuan finansial perusahaan.

Sukirno (2004: 374-375) mengemukakan bahwa faktor penyebab kegagalan wirausaha antara lain: 1) Tidak cukup modal dan alokasi yang tidak tepat, 2) Manajemen uang tunai yang tidak efisien, 3) Manajemen kredit yang lemah, 4) Kesalahan meminjam tanpa pertimbangan, 5) Kelemahan perputaran stock, 6) Kegagalan menyimpan catatan perusahaan, dan 7) Perkembangan usaha yang melebihi kemampuannya. Dalam hal perbedaan masalah yang dihadapi tergantung dari jenis dan karakteristik industri kecil. Ada yang menyatakan masalah pokok yang dihadapi adalah kemampuan bersaing di pasar, pemasaran produk, dan ketersediaan tenaga kerja

terampil. Dalam hal dinamika usaha, persamaan diantara mereka terutama dalam diversifikasi produk. Pengusaha industri kecil melakukan diversifikasi dari sisi bahan baku dan hasil produksi. Perbedaan dinamika usaha terjadi dalam hal diversifikasi usaha. Pengusaha industri kecil melakukan diversifikasi usaha yang berbeda sama sekali dengan usaha sebelumnya, namun juga ada yang melakukan diversifikasi usaha yang terkait dengan usaha sebelumnya (Ali dan Swiercz, 1991).

Upaya menumbuh kembangkan pelaku ekonomi kerakyatan merupakan salah satu upaya untuk memperkuat perekonomian Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan rakyat, melalui unit usaha industri kecil. Oleh karena itu perlu diketahui kekuatan dan kelemahan industri itu sendiri. Menurut Suryana (2003) dalam Veronika A.S. (2006) beberapa kekuatan usaha kecil antara lain:

- a. Memiliki kebebasan untuk bertindak. Misalkan ada perubahan produk baru, teknologi baru, mesin baru usaha kecil bias bertindak dengan cepat untuk menyesuaikan dengan keadaan yang berubah tersebut.
- b. Fleksibel. Usaha kecil sangat luwes dapat menyesuaikan dengan kebutuhan setempat. Kemampuan menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi misalnya perubahan selera dan harga. Bahan baku, tenaga kerja biasanya menggunakan sumber-sumber yang bersifat lokal.
- c. Tidak mudah goncang. Bahan baku kebanyakan local dan sumber daya lainnya bersifat local, sehingga usaha kecil tidak rentan terhadap fluktuasi bahan baku impor.

Sedangkan kelemahan usaha kecil antara lain:

- a. Aspek kelemahan struktural, yaitu kelemahan dalam manajemen dan organisasi, kelemahan dalam pengendalian mutu, kelemahan dalam mengadopsi penguasaan teknologi, kesulitan mencari permodalan, terbatasnya tenaga kerja lokal.
- b. Aspek kelemahan kultural. Kelemahan ini mengakibatkan kekurangan akses informasi dan lemahnya berbagai persyaratan lain guna memperoleh akses permodalan, pemasaran dan bahan baku.

Ketidakmampuan pengusaha kecil untuk tumbuh dan berkembang dengan pesat disebabkan oleh beberapa permasalahan yang mendasar yang akhirnya berdampak pada aspek pemasaran dan manajerial. Keterbatasan permodalan menjadikan industri kecil

mengalami keterbatasan dalam mengakses faktor-faktor produksi. Dalam hal ini akhirnya mereka kurang memiliki daya saing di pasar yang semakin kompetitif sehingga keuntungan yang didapat juga semakin terbatas.

DINAMIKA PENGRAJIN REOG PONOROGO

Pengrajin reog Ponorogo secara umum melakukan usaha kerajinan reog secara turun tumurun, terlebih dukungan pemerintah dalam bentuk festival reog baik dalam skala antar sekolah mulai dari taman kanak-kanak sampai sekolah menengah atas, antar desa dan kecamatan sampai festival nasional sangat mendukung usaha kerajinan reog untuk lebih mengembangkan usahanya. Beberapa pengrajin memiliki usaha ini sebagai usaha keluarga yang berarti tenaga kerja berasal dari anak-anak dan istri suami. Karena merupakan usaha yang dilakukan secara turun tumurun maka para pekerjanya dalam mengerjakan kerajinan tidak memiliki keahlian khusus, hanya belajar dari orang tua mereka secara otodidak. Rekrutmen pegawaipun dilakukan dengan pegawai tanpa keahlian khusus, pegawai diberikan pelatihan secara otodidak.

Responden dalam penelitian ini adalah pengrajin reog Ponorogo, yaitu usaha kecil yang mempunyai pekerja kurang dari 20 orang dan nilai aset kurang dari 50 juta yang menghasilkan kerajinan seni peralatan reog Ponorogo. Dari penggalan data secara langsung di lapangan diperoleh 9 responden dari kecamatan Ponorogo, 6 responden dari kecamatan Mlarak, 2 responden dari kecamatan Sawoo, 3 responden dari kecamatan Sukorejo, 4 responden dari kecamatan Sumoroto, 1 responden dari kecamatan Siman dan 5 responden dari kecamatan Jetis sehingga jumlah responden 31 pengrajin reog. Adapun gambaran kondisi responden adalah sebagai berikut:

1. Data usia pengrajin reog yang usianya lebih dari 50 tahun sebesar 61%, sedangkan sisanya yaitu 39% yaitu pada usia 20 sampai dengan 49 tahun.
2. Data tentang lamanya pengrajin dalam menjalankan usaha yang menjadi responden dalam penelitian ini, jumlah pengrajin yang menjalankan usaha 2 sampai dengan 5 tahun ternyata paling banyak yaitu 11 pengrajin dan hampir sama 10 pengrajin yang telah menjalankan usahanya lebih dari 21 tahun.

3. Data tingkat pendidikan pengrajin dari 31 responden terdapat 10 pengrajin dengan tingkat pendidikan SD dan sama yaitu 10 pengrajin dengan tingkat pendidikan SMP. Para pengrajin sebagian besar telah berusia lanjut sehingga tingkat pendidikan mereka hanya sampai SD ataupun SMP.
4. Data tingkat pendidikan tenaga kerja/pegawai pengrajin, sebagian besar memiliki tingkat pendidikan SMP, yaitu 64 orang atau 43%, dan yang berpendidikan SD sebanyak 29 atau 20%. Pendidikan sarjana hanya satu orang bekerja pada pengrajin reog. Tenaga kerja pada pengrajin reog tidak membutuhkan pendidikan yang tinggi tetapi membutuhkan tenaga kerja yang memiliki kesabaran, keuletan, dan kesenangan akan seni budaya terutama reog Ponorogo.

Lokasi usaha pengrajin tersebar diberbagai kecamatan di Ponorogo. Antara lain Sawo, Mlarak, Siman, Jetis, Sumoroto, Sukorejo, dan Ponorogo kota. Hal ini seiring dengan ketentuan dari Pemda Kabupaten Ponorogo bahwa tiap kecamatan bahkan tiap desa/kelurahan di Ponorogo harus mempunyai minimal satu reog, sehingga hampir tiap kecamatan ada pengrajin reog. Usaha kerajinan reog dirintis oleh leluhur atau orang tua sehingga usaha kerajinan reog dilanjutkan oleh anak cucu pengrajin sehingga usaha ini merupakan usaha turun tumurun. Menjalankan usaha kerajinan reog ini membutuhkan kesabaran, keuletan, dan kesenangan atau menyenangi seni budaya Ponorogo. Pelajaran yang dapat dipetik adalah dalam menjalankan suatu usaha atau bekerja harus didasari rasa senang atau suka terhadap pekerjaan tersebut. Terbukti usaha kerajinan reog banyak yang sudah dirintis sejak lama dan masih survive hingga sekarang.

Secara umum produksi yang dilakukan pengrajin sesuai dengan target penjualan karena sebagian besar pengrajin memproduksi berdasar pesanan. Hal ini sangat menguntungkan pengrajin sehingga rentabilitasnya tinggi. Sedangkan bila ada sisa produksi belum terjual akan dipakai sebagai contoh barang di toko, galeri atau etalase. Jumlah produksi lebih banyak dilakukan pada musim menjelang Festival Reog Nasional yang diadakan di Ponorogo, menjelang Grebeg Suro yaitu acara tahunan sakral hari jadi Ponorogo, dan menjelang Lebaran Hari Raya Idul Fitri.

Bahan baku yang digunakan untuk membuat produksi kerajinan reog ternyata berasal dari bahan baku kulit hewan asli sehingga didapatkan dari wilayah luar Ponorogo bahkan sampai ke

luar negeri seperti India. Meskipun hal ini yang menjadi permasalahan utama bagi pengrajin reog karena bahan baku kulit mahal dan sulit didapatkan, namun, untuk daerah pemasaran pengrajin reog Ponorogo ternyata tidak hanya lokal Ponorogo tetapi juga dapat menjual produk kerajinan reog ke tingkat nasional, yaitu wilayah Indonesia dan bahkan sampai ke internasional yaitu negara-negara, seperti Malaysia, Arab, Hongkong, Norwegia, dan Amerika. Secara umum permasalahan UKM seperti pemasaran produk tidak atau kurang mampu dalam strategi marketing tidak berlaku untuk pengrajin reog, terbukti pengrajin reog dapat menjual produknya sampai ke internasional.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian yang ada pada bagian sebelumnya, simpulan yang dapat dibuat adalah sebagai berikut: 1) Usaha kerajinan reog sebagian besar dilakukan secara turun tumurun. Pengrajin telah merintis usaha kerajinan sejak sekitar 10-20 tahun yang lalu. Membuat kerajinan reog tidak membutuhkan pendidikan tinggi terbukti para pengrajin memiliki pendidikan minimal SD. Usaha kerajinan membutuhkan kesabaran, keuletan dan kesenangan akan seni budaya reog Ponorogo, sehingga dapat survive sampai sekarang; 2) Jumlah tenaga kerja masing-masing pengrajin kurang dari 20 tenaga kerja, berarti dimasukkan dalam kategori usaha kecil / UKM. Tingkat pendidikan tenaga kerja juga hampir sama dengan pemilik pengrajin yaitu minimal SD dan SMP walaupun ada pemilik pengrajin dengan pendidikan sarjana tetapi hanya 2 orang pengrajin saja. Karena yang dibutuhkan dari pengrajin adalah kesabaran keuletan dan kesenangan akan seni budaya reog, mereka dapat belajar secara otodidak; 3) Pangsa pasar kerajinan reog ternyata sampai ke mancanegara, hal ini menjadi peluang pasar yang bagus sehingga dapat meningkatkan penjualan reog dan aksesorisnya; dan 4) Permasalahan utama usaha kerajinan reog adalah sulitnya mendapatkan bahan baku seperti merak, kulit macan, kulit sapi, ekor sapi, ekor kuda dan mahalnya harga bahan baku tersebut. Masalah permodalan juga menjadi prioritas kedua yang disampaikan pengrajin.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- 78 Moelyadi, 1986, *Ungkapan Sejarah Wengker dan Reyog Ponorogo*, Ponorogo: DPC Pemuda Panca Marga.
- 78 PEMDA Tingkat II Kab. Ponorogo, 1993, *Pedoman Reyog Ponorogo dalam Pentas Budaya Bangsa*. Madiun: Rapi Ofset.
- Pemda Kabupaten Ponorogo, 1994, *Mengenal Potensi dan Dinamika Ponorogo*, Yudha Gama, Jakarta.
- Suryana, 2003, *Kewirausahaan*, Penerbit Salemba, Jakarta.
- Sukirno, Sadono, 2004, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, Prenada Media, Jakarta.

Sumber Non Buku:

- Heti Mulyati, 2010, *Analisis Karakteristik UKM Jacket Kulit di Kabupaten Garut dengan Menggunakan Model "Diamond" Porter*, Jurnal Manajemen dan Organisasi, Vol. 1, No. 1 April 2010, Institut Pertanian Bogor.
- Hamidah dan Santoso, 2007, *Dampak Gerdu Taskin Terhadap Pokmas Industri Roti Di Desa Kalimalang Ponorogo*, Jurnal Ekuilibrium, Vol. 3, No. 1, Fakultas Ekonomi Unmuh Ponorogo.
- Santoso, Edi, 2005, *Pengaruh Pemberian Kredit Usaha BMT Surya Mandiri Terhadap Perkembangan Usaha Kecil di Ponorogo*, Jurnal Ekuilibrium, Vol. 2, No.1, Fakultas Ekonomi Unmuh Ponorogo.
- Santoso, Slamet, 2005, *Permasalahan Industri Kecil/Rumah Tangga di Ponorogo*, Jurnal Ekuilibrium Vol 1 No.1, Fakultas Ekonomi Unmuh Ponorogo.
- 103 Sulaeman, Suhendar, 2004, *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dalam Menghadapi Pasar Regional dan Global*, Infokom Nomor 25 Tahun XX.
- 108 Zeller, Manfred, 1994, *Determinan of Credit Rationing: A Study of Informal Lenders and Formal Credit Groups in Madagascar*. Food Consumption and Nutrition Division. Internasional Food Policy Reseach Institute, Washington DC.USA.
- , 2004, *UMKM Kini dan Esok Tantangan dan Harapan Bagi Perekonomian Indonesia*, Artikel dalam Bank dan Wirausaha Edisi 11, Divisi Pelatihan dan Pendidikan Bank BRI Pusat, Jakarta.

162

-----, 2015, *Ponorogo Dalam Angka*, Badan Pusat Statistik Kabupaten Ponorogo.

-----, 2007, *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah*, Artikel dalam: <http://d-usaha-umkm.blog.com>

Peraturan Menteri Perindustrian RI Nomor: 07/M-IND/PER/2005, tentang *Penetapan Jenis-Jenis Industri Dalam Pembinaan Masing Masing Dirjend di Lingkungan Departemen Perindustrian*.

140

Undang Undang Nomor 9 Tahun 1995, tentang *Usaha Kecil dan Menengah*.

PENGEMBANGAN UKM: Pengalaman Usaha TKI Purna

Choirul Hamidah, SE, MM.⁸

Masalah ekonomi masih menjadi momok utama dalam upaya meningkatkan pembangunan ekonomi. Ini semakin terlihat dari banyaknya masyarakat yang memilih menjadi TKI di luar negeri dibandingkan membuka usaha di negara sendiri. Hal ini disebabkan karena kurangnya keahlian dan keterampilan, kurangnya modal, serta akses pasar yang terbatas. Ada beberapa faktor yang melatarbelakangi mengapa di Ponorogo masih banyak masyarakat yang menggantungkan hidupnya dari bekerja di luar negeri. Faktor-faktor tersebut antara lain: rendahnya tingkat Pendidikan, sulitnya mencari lapangan pekerjaan di usia produktif, hingga penyerapan tenaga kerja yang kurang memadai. Itulah sebabnya mengapa sejumlah masyarakat di Ponorogo lebih memilih menjadi TKI di luar negeri dibandingkan membuka usaha di negara sendiri yang notabene penghasilannya tidak lebih besar dibandingkan menjadi TKI di luar negeri.

Bekerja sebagai TKI menjadi salah satu pilihan nyata bagi sebagian masyarakat di Indonesia, khususnya di Kabupaten Ponorogo. Padahal jika diperhatikan, resiko bekerja sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di luar negeri tidaklah kecil. Banyak kasus-kasus penganiayaan terhadap Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang bekerja di luar negeri sudah banyak kita dengar belum lagi tidak diberikan upah dan kehidupan yang layak selama bertahun-tahun. Tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa bekerja sebagai TKI di luar negeri memang salah satu pilihan alternatif seseorang untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak.

Para Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang telah bertahun-tahun bekerja di luar negeri pasti muncul keinginan untuk kembali ke

⁸ Ketua Program Studi S-1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pengembangan UKM: Pengalaman Usaha TKI Purna ini merupakan intisari dari dua artikel yang berkaitan dengan TKI sukses dan Peran TKI dalam Mengembangkan Usaha.

daerah asal, apalagi penghasilan yang sudah dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kepulangan TKI dari luar negeri tidak selalu membawa dampak positif bagi pemerintah dan masyarakat sekitar. Terkadang, kepulangan TKI membawa masalah tersendiri karena banyak diantara mereka yang tidak bisa memanfaatkan hasil modal dan keahlian yang telah diperoleh selama menjadi seorang TKI sehingga menghabiskan modal tersebut tidak untuk membuka usaha maupun investasi tetapi lebih digunakan untuk berfoya-foya dan membeli barang-barang yang tidak penting.

Disamping itu juga, para TKI Purna yang sudah benar-benar kembali ke daerah asal juga akan memberikan masalah buruk dimana kebanyakan TKI Purna yang sudah pulang kembali menjadi pengangguran. Namun, dari kisah-kisah TKI yang menyedihkan ternyata tidak sedikit TKI Purna Indonesia yang sukses dan berhasil di negara asal. Seperti di Ponorogo contohnya, para TKI Purna Ponorogo mulai merintis menjadi seorang wirausaha dengan modal usaha yang sudah di kumpulkan selama menjadi seorang TKI. Menurut Kristyana dan Hamidah (2014) bahwa Ponorogo sebagai salah satu kantong TKI di Jawa Timur yang tentunya memiliki sangat banyak TKI Purna yang sekarang sudah menetap dan memiliki usaha serta asset berupa perumahan maupun tanah pertanian yang luas. Pilihan menjadi seorang wirausaha sangatlah tepat, dimana seorang TKI Purna yang memiliki tingkat⁵⁴ pendidikan yang rendah dan kurangnya keterampilan mampu membuka lapangan usaha baru sehingga dapat menyerap tenaga kerja yang ada di Ponorogo." Meskipun jumlah wirausahawan di Ponorogo sudah cukup banyak tetapi peluang untuk berwirausaha masih sangat terbuka.

TENAGA KERJA INDONESIA

¹⁵ Tenaga kerja adalah semua orang yang bersedia sanggup bekerja, dimana tenaga kerja ini meliputi semua orang yang bekerja baik untuk diri sendiri ataupun untuk anggota keluarganya yang tidak menerima imbalan dalam bentuk upah atau semua orang yang ⁹¹ sesungguhnya bersedia dan mampu untuk bekerja, dalam arti mereka yang sesungguhnya bersedia dan mampu untuk bekerja, dalam arti mereka menganggur dengan terpaksa karena tidak ¹⁴⁴ adanya kesempatan kerja (Perdana, 2015). Tenaga kerja adalah sebagian dari keseluruhan penduduk yang secara potensial dapat ¹¹⁸ ghasilkan barang atau jasa (Agusmidah, 2010). Dengan kata lain, tenaga kerja adalah bagian penduduk yang dapat menghasilkan

barang atau jasa bila ada permintaan akan barang dan jasa tersebut. Sedangkan menurut Sumarsono (2011), tenaga kerja adalah semua orang yang bersedia dan sanggup bekerja, dimana tenaga kerja ini termasuk semua orang yang bekerja baik untuk diri sendiri ataupun untuk anggota keluarganya yang tidak menerima imbalan dalam bentuk upah atau semua orang yang sesungguhnya bersedia dan mampu untuk bekerja, dalam arti mereka yang sesungguhnya bersedia dan mampu untuk bekerja, dalam arti mereka menganggur dengan terpaksa karena tidak adanya kesempatan kerja

3

Jenis-jenis dari tenaga kerja dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

1) Tenaga Kerja Terdidik Tenaga Ahli. Tenaga kerja terdidik adalah tenaga kerja yang mendapatkan suatu keahlian atau kemahiran pada suatu bidang karena sekolah atau pendidikan formal dan non formal. Contohnya seperti sarjana ekonomi, insinyur, sarjana muda, doktor, master, dan lain sebagainya. Dalam bidang pekerjaan contohnya antara lain, dokter, akuntan, pengacara, dan lain-lain; 2) Tenaga Kerja Terlatih. Tenaga kerja terlatih adalah tenaga kerja yang memiliki keahlian dalam bidang tertentu yang didapat melalui pengalaman kerja. Keahlian terlatih ini tidak memerlukan pendidikan karena yang dibutuhkan adalah latihan dan melakukannya berulang-ulang kali sampai bisa dan menguasai pekerjaan tersebut. Contohnya adalah supir, pelayan toko, tukang masak, montir, pelukis, dan lain-lain; 3) Tenaga Kerja Tidak Terdidik dan Tidak Terlatih. Tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terlatih adalah tenaga kerja kasar yang hanya mengandalkan tenaga saja. Contoh tenaga kerja model ini seperti kuli, buruh angkut, buruh pabrik, pembantu, tukang becak, dan masih banyak lagi lainnya

184

Menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2014 Pasal 1 tentang Pelaksanaan Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia di Luar Negeri, Tenaga Kerja Indonesia (TKI) adalah setiap warga Indonesia yang memenuhi syarat untuk bekerja di luar negeri dalam hubungan kerja untuk jangka waktu tertentu dengan menerima upah. Dengan kata lain penduduk Indonesia yang sudah mampu dan dikatakan dapat bekerja diluar negeri dengan memenuhi syarat tertentu. Dari aturan dan syarat tertentu dapat menjalin hubungan kerjasama yang baik untuk periode waktu tertentu.

102

Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Purna atau biasa disebut dengan Mantan TKI adalah setiap warga negara Indonesia yang bekerja di luar negeri yang telah selesai atau yang telah berhenti bekerja di luar Negeri karena sudah berakhir masa kontraknya dan kembali ke

179
negara asal. Dibuatnya peraturan oleh Undang-Undang bagi tenaga kerja di luar negeri untuk melindungi hubungan kerja yang baik dengan salah satunya membatasi dengan jangka waktu bekerja di negara lain. Dengan hal ini menurut (Khayati dkk, 2014), bahwa Tenaga Kerja Indonesia Purna adalah setiap TKI yang telah kembali ke Indonesia baik karena telah berakhir perjanjian kerjanya maupun karena sebab lain.

KEWIRAUSAHAAN

86
Kewirausahaan adalah persamaan kata dari entrepreneurship dalam bahasa Inggris, *unternehmer* dalam bahasa Jerman, *ondernemen* dalam bahasa Belanda. Sedangkan di Indonesia di beri nama kewirausahaan. Kata *entrepreneur* berasal dari Perancis, yaitu *entreprende* yang berarti petualang, pengambil risiko, kontraktor, pengusaha (orang yang mengusahakan suatu pekerjaan tertentu), dan pencipta yang menjadi hasil ciptaannya (Hendro, 2011). Menurut Syahrial (2011) dalam bahasa Indonesia merupakan gabungan dari kata *wira* yang artinya gagah berani dan kata *usaha* yang artinya tindakan untuk mencapai suatu hasil. Jadi wirausaha adalah orang yang gagah berani atau perkasa dalam menekuni usaha untuk mencapai hasil.

107
Menurut Geoffrey G. Meredith (Widjajanta, dkk, 2007), para wirausaha adalah individu-individu yang berorientasi kepada tindakan dan bermotivasi tinggi yang mengambil resiko dalam mengejar tujuannya. Adapun menurut Peter E. Drucker (dalam Yana, 2011), seorang wirausaha adalah seorang yang memiliki kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan mengembangkannya. Dengan demikian, kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter atau upah yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

27
Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Menurut Nitisusanthro (2009), pengembangan

usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha

Dengan demikian, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut, baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat dan terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreativitas.

WIRUSAHA TKI PURNA

Beberapa fenomena yang terjadi pada masyarakat TKI pasca migrasi, bahwa keberhasilan TKI diwujudkan dalam suatu simbol yang berupa barang mewah. Makanya TKI pasca migrasi akan memborong barang-barang mewah, ada sebagian membeli sawah, tanah, hewan ternak dan lain-lain, atau sewaktu mereka di luar negeri mereka mengirim uang dan memerintahkan keluarga mewujudkan keinginannya tersebut. Bahkan barang mewah tersebut, hanya digunakan untuk memperoleh pengakuan status sosial dari masyarakat.

Kegiatan wirausaha menjadi pilihan yang paling tepat untuk mengatasi permasalahan TKI yang telah berhenti bekerja di luar negeri sekaligus menjadi pemecahan terhadap permasalahan pengangguran di Indonesia. Sangat disayangkan jika modal yang telah berhasil dikumpulkan oleh para TKI tidak dimanfaatkan secara maksimal disebabkan minimnya ketrampilan dan pengetahuan yang dimilikinya.

Sebelum para TKI bekerja di luar negeri mereka harus memiliki cita-cita karena tidak selamanya mereka dapat terus bekerja di negeri orang. Mereka bekerja untuk memperoreh modal demi masa depan dirinya dan keluarga. Para TKI dan keluarga berusaha untuk menabung dan berhemat uang hasil kerja mereka di luar negeri. Keluarga TKI di kampung halaman yaitu istri/suami serta orangtua mereka memiliki pekerjaan atau mata pencaharian sendiri sehingga tidak tergantung pada uang kiriman dari luar negeri. Pada saat TKI masih bekerja di luar negeri, keluarga di kampung halaman menjadi

kunci keberhasilan mereka mengumpulkan modal untuk memulai usaha. Memilih peluang usaha dengan bekal ketrampilan dan kemampuan yang terbatas merupakan suatu tahapan yang Sulit bagi TKI Purna.

TKI Purna membuka usaha setelah pulang bekerja dari luar negeri yaitu bermula saat berpikir untuk memperoleh penghasilan untuk kebutuhan sehari-hari keluarga. Ide menjalankan dan mengembangkan usaha di dapat dari berbagai saran dari teman dan inisiatif dari para responden sendiri yang melihat peluang usaha tersebut menjanjikan. Ada juga yang mendapat pengalaman dari pelatihan kerja. Semua responden menjadi TKI setelah tamat SMA/Sederajat. Dan setelah menjadi TKI Purna, para responden mulai menjalankan usaha memenuhi kebutuhan hidup dan dapat membuka lapangan pekerjaan.

Berbagai macam jenis usaha ada mulai dari jenis usaha peternakan ada usaha peternakan ayam dan peternakan kambing. Untuk peternakan ayam sendiri karena skala usahanya besar, sang pemilik mempekerjakan banyak karyawan. Dan mendapatkan penghasilan yang banyak. jenis usaha perdagangan dan UMKM, Termasuk usaha toko bangunan dan usaha toko kelontong. Selanjutnya ada yang menjalankan usaha jasa menjahit baju, usaha persewaan peralatan pernikahan, usaha industri ada usaha industri pengrajin pot bunga, usaha penyedia material bangunan yang mengangkut material batu dan pasir dari pegunungan dan dijual di depan rumah, dan usaha konveksi memproduksi seragam sekolah.

Saat membuka usaha, responden modal Para TKI Purna yang hendak memulai usaha terutama mengandalkan uang hasil kerja mereka di luar negeri. Sejak awal para TKI tidak menghabiskan uangnya untuk konsumsi, melainkan mengumpulkan sebagian besar gaji mereka untuk modal usaha di dalam negeri. Modal usaha yang dimiliki TKI Purna merupakan potensi yang sangat besar bagi investasi keluarga untuk menjamin kehidupan di masa mendatang tidak sedikit TKI Purna yang saat ini telah menjadi warasahawan yang sukses dan memiliki beberapa orang karyawan.

Peran TKI Purna dalam mengembangkan usaha dan membuka lapangan pekerjaan dan sebagian besar para responden mempekerjakan lebih dari 3 karyawan. Usaha peternakan ayam yang memiliki banyak karyawan karena jumlah ayam yang jumlahnya puluhan ribu. Usaha konveksi mempekerjakan karyawan untuk membantu memproduksi seragam sekolah dan seragam-seragam

organisasi lain. Usaha toko bangunan mempekerjakan karyawan untuk membantu mengangkat beban berat dan membantu penjualan. Usaha toko kelontong mempekerjakan karyawan untuk membantu penjualan, usaha jasa jahit pakaian memiliki 2 karyawan, industri penyedia material bangunan memiliki 5 karyawan untuk membantu mengangkat material ke truk, Industri pot bunga memiliki 1 karyawan untuk membantu produksi. Pendapatan responden per bulan sebagian besar lebih dari 5 juta per bulan.

Sebagian besar kendala yang dihadapi adalah kekurangan modal dalam menjalankan usaha jasa dan perdagangan, karena balik modalnya yang cukup lama, dan disebabkan pendapatan tergantung pesanan dan pembeli yang tidak menentu. Kemudian kendala usaha yang dihadapi responden penyedia material bangunan yaitu kesulitan mendapat bahan baku dikarenakan pasir dan batu semakin sedikit. Pemilik toko bangunan memiliki kendala kekurangan tenaga saat ada kiriman stok, sedangkan kendala yang dialami oleh peternak ayam, yaitu cuaca yang tidak menentu dapat mengganggu pertumbuhan ayam.

SIMPULAN

88

Simpulan yang dapat diambil dari uraian di atas adalah sebagai berikut: 1) TKI Purna berperan dalam peningkatan pendapatan keluarga. Keluarga TKI dapat meningkatkan pendapatan dengan menjalankan usaha dan hasilnya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari; 2) Terdapat berbagai kegiatan usaha TKI Purna, yaitu mulai dari kegiatan usaha perdagangan, peternakan, jasa, industri, dan lain-lain. Usaha TKI Purna menciptakan pendapatan baik untuk pengusaha maupun pekerja dan sektor-sektor lain yang mendukungnya, dan mampu menggerakkan perekonomian di daerahnya; dan 3) Usaha TKI Purna berperan terhadap perluasan kesempatan kerja. Dengan TKI membuka usaha maka dapat menekan angka pengangguran di daerahnya.

DAFTAR PUSTAKA

Agusmidah, 2010, *Dinamika Hukum Ketenagakerjaan*, Penerbit USU Press, Medan.

Hendro, 2011, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

IDENTITAS TIM PENULIS

(Sumber: <https://sinta.kemdikbud.go.id/>, diakses tanggal 25 Agustus 2023)

1. ¹⁵⁵Hadi Sumarsono, M.Si.
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6005413>
2. ¹² Slamet Santoso, M.Si
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/163202>
3. ^{12a} Khusnatul Zulfa Wafirotin, MM, Ak., CA
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6002367>
4. ^{12a} Dessy Nila Ayutika, SE, MM
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6692078>
5. ¹²ⁱ Warni Wahyuningsih, SE, MM
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6673540>
6. ¹² iyanto, SE, MM
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6692067>
7. ¹² Farida Ulfah, S.Pd., M.Si.
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6121766>
8. ¹² iyan Firdausi Mustoffa, SE, M.Si
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6121760>
9. ¹² rul Hidayah, SE, M.Ak
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6673698>
10. ¹² iati Marsiwi, SE, M.Si
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5978348>
11. ¹² ning Kristiyana, SE, MM
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5987593>
12. ¹² Rapini, SE, MM
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5980472>
13. ¹² pirul Hamidah, SE, MM
<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6171167>

DINAMIKA UMKM

Kajian Empiris di Ponorogo dan Sekitarnya

181

Buku ini merupakan kumpulan hasil kajian dan penelitian yang telah dilaksanakan oleh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo (FE-UMPo) yang terkait dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang ada di Ponorogo dan sekitarnya. Kehadiran buku ini sebagai salah satu bentuk pencapaian visi dan misi FE-UMPo yang mengedepankan pengembangan Kewirausahaan dan sekaligus sebagai pencapaian Motto FE-UMPo ... *Maju dan Terus Berprestasi*.

Dinamika UMKM yang ada di buku ini dapat dikaji dan diteliti dari berbagai sudut, baik mulai usaha keluarga, jaringan usaha, kajian persepsi, sampai dengan pengalaman usaha. Berbagai kajian dan penelitian yang ada dilengkapi dengan teori atau konsep dan hasil penggalian data yang diperoleh di lapangan. Besar harapan tim penulis, semoga kehadiran buku ini menambah referensi baik untuk kegiatan pendidikan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, yang dilaksanakan oleh Dosen, Mahasiswa, Peneliti maupun berbagai pihak yang berkepentingan dengan pengembangan UMKM.

Book chapter Dinamika UMKM

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

18%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** Rahmat Ilyas. "KERANGKA DASAR PENYUSUNAN DAN PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN SYARIAH", ASY SYAR'IYYAH: JURNAL ILMU SYARI'AH DAN PERBANKAN ISLAM, 2016
Publication 1%
- 2** Edy Suandi Hamid, Y. Sri Susilo. "STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*", Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan, 2015
Publication 1%
- 3** Fera Santika, Iwan Setiawan, Evahelda Evahelda. "SERAPAN TENAGA TENAGA KERJA PADA PERUSAHAAN PERKEBUNAN KELAPA SAWIT DI DESA MANGKA KECAMATAN BAKAM KABUPATEN BANGKA", Journal of Integrated Agribusiness, 2020
Publication <1%
- 4** Thalib. "BENTUK-BENTUK TA'AWUN SEBAGI PEMBINAAN JAMAAH TABLIGH MELALUI PENGUATAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM DI KOTA PALU", Moderasi: Jurnal Studi Ilmu Pengetahuan Sosial, 2020
Publication <1%
- 5** Iwan Sandi Pangarso. "Penerapan Hukum Terhadap Tindakan Building Pad
<1%

Headphone ditinjau dari Kekayaan Intelektual", Jurnal Justiciabelen, 2020

Publication

6

Marddyanto Dwi Saputra, Jullie J. Sondakh, Treesje Runtu. "ANALISIS PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN BERDASARKAN PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN ENTITAS TANPA AKUNTABILITAS PUBLIK PADA PT. FORTUNA INTI ALAM", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2017

Publication

<1 %

7

Ade Wahyu, Masyhad Masyhad, Arief Rahman. "ANALISIS PENGAKUAN PENDAPATAN PERUSAHAAN DARI PEMANFAATAN LIMBAH PRODUKSI DALAM SAK ETAP PADA CV. FRITA ARTA PRIMA DI SURABAYA", Equity: Jurnal Akuntansi, 2020

Publication

<1 %

8

Putu Eka Wati, Ni Wayan Yulianita Dewi, Putu Ria Astria. "PERSEPSI LABA PEDAGANG KELONTONG PASAR RAKYAT BANYUASRI", Widya Akuntansi dan Keuangan, 2022

Publication

<1 %

9

Maryanto Maryanto. "ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI DAN KESESUAIANNYA DENGAN ENTITAS TANPA AKUNTABILITAS PUBLIK (SAK ETAP) PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)", JURNAL EKONOMI SAKTI (JES), 2019

Publication

<1 %

10

Lia Istifhama. "STRATEGI BERTAHAN DAN MODAL SOSIAL PEDAGANG PASAR TRADISIONAL SWASTA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM", At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi, 2017

Publication

<1 %

11

Nurwahida Alimuddin. "PENDEKATAN DAKWAH DALAM MEMBINA PENGAMALAN AGAMA INA-INA", Al-Mishbah | Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, 2017

Publication

<1 %

12

Sri Nursyarina Fitri, Hartati Tamti, Mesalina Tri Hidayani, Heriansah Heriansah. "Sea urchins in the intertidal zone on Karanrang Island, Pangkep Regency; Density, abundance, community structure, and distribution patterns", Akuatikisle: Jurnal Akuakultur, Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil, 2023

Publication

<1 %

13

Ahmad Sururi. "Kinerja Implementasi dan Inovasi Kebijakan Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Pasar Royal Kota Serang", Jurnal Wacana Kinerja: Kajian Praktis-Akademis Kinerja dan Administrasi Pelayanan Publik, 2019

Publication

<1 %

14

Yudha Titho Syahputra, Parmadi, Parmadi. "Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha pedagang ikan di pasar tradisional Kota Jambi", e-Jurnal Perspektif Ekonomi dan Pembangunan Daerah, 2017

Publication

<1 %

15

Haposan Hutahaeen. "ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHIPENDAPATAN USAHA KECILMENENGAH (UKM) MASA PANDEMI COVID 19 DI KABUPATEN DELISERDANG", JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY, 2020

Publication

<1 %

16

Endah Masrunik, Moh. Zaki Kurniawan, Tri Wahyu Wijayanti. "Dampak Covid-19 pada

<1 %

UMKM Dapoer Bronsu di Blitar", Benchmark, 2022

Publication

17

Agus Setio Widodo, Soesi Idayanti, Dyah Irma Permanasari, Agus Sahri. "Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kawasan Kota Tegal", Jurnal Ilmu Pemerintahan : Kajian Ilmu Pemerintahan dan Politik Daerah, 2016

Publication

<1 %

18

Dyah Ratri Ismi Hayuningtyas, Helly P. Soetjipto, Sri Respati Andamari. "JOKOWI MEMBANGUN SOLO: STUDI KASUS ATAS GAYA KEPEMIMPINAN WALIKOTA SOLO DALAM PROSES RELOKASI PEDAGANG KAKI LIMA MONUMEN '45 BANJARSARI, SURAKARTA", JURNAL SPIRITS, 2017

Publication

<1 %

19

Hasanudin Hasanudin, Muhammad Irfani Hendri. "Strategi Penerapan Organizational Learning bagi Sektor Informal di Kota Pontianak dalam Menghadapi Pandemi Covid-19", Jurnal Produktivitas, 2021

Publication

<1 %

20

Imam Gunawan, Rina Tri Sulistyoningrum. "MENGGALI NILAI-NILAI KEUNGGULAN LOKAL KESENIAN REOG PONOROGO GUNA MENGEMBANGKAN MATERI KERAGAMAN SUKU BANGSA DAN BUDAYA PADA MATA PELAJARAN IPS KELAS IV SEKOLAH DASAR", Premiere Educandum : Jurnal Pendidikan Dasar dan Pembelajaran, 2016

Publication

<1 %

21

Rifqa Ayu Dasila. "Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Dalam Laporan Keuangan City of Clothing (COC) Distro Maros", PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, 2022

<1 %

22 Sinta Kumala Dewi, Diplan Diplan. "Persepsi Tentang Mata Pelajaran IPS bagi Peserta Didik Berprestasi Rendah (Kasus pada Kelas VII di SMP Muhammadiyah Palangka Raya)", *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2018

Publication

23 Wahyu Junaedi, Chairun Nisa, Indah Nurfaizillah, Silviana Gunarsih, Titik Rodyah. "Makna Keuntungan Penjual Salome (Studi Fenomenologi Hermeneutik)", *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2020

Publication

24 Yusniah Anggraini. "ACHIEVEMENT OF PNPM MANDIRI PROGRAM THROUGH SAVING LOANS PROGRAM FOR COMMUNITY EMPOWERMENT IN SAWARNA VILLAGE BAYAH DISTRICT", *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, 2018

Publication

25 A. Mustika Abidin. "The Internalization Of Islamic Values In The Learning Of Aqidah Akhlak In Shaping The Character Of Students At Man 1 Bone", *al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2022

Publication

26 Herdiyanti Herdiyanti, Jamilah Cholillah. "Pergeseran Modal Sosial dalam Pelaksanaan Upacara Adat Mandi Belimau Di Dusun Limbung Desa Jada Bahrin Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka", *Society*, 2017

Publication

27 Ari Taliq Ramadhan, Ardiansyah Japlani. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Dalam Meningkatkan

Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan
Yosodadi Kecamatan Metro Timur", Jurnal
Manajemen DIVERSIFIKASI, 2022

Publication

28

Riesti Triyanti, Christina Yuliaty, Tenny
Apriliani. "PERAN JARINGAN SOSIAL NELAYAN
PADA PEMASARAN TUNA, CAKALANG DAN
TONGKOL: STUDI KASUS DI KOTA KENDARI",
Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan
Perikanan, 2016

Publication

29

Nur Hadi. "Transaksi Pedagang Asongan
Menurut Ekonomi Syariah", Jurnal Pemikiran
Keislaman, 2019

Publication

30

Risqi Rahman, Samsul Maarif. "PENGARUH
PENGUNAAN METODE DISCOVERY
TERHADAP KEMAMPUAN ANALOGI
MATEMATIS SISWA SMK AL-IKHSAN
PAMARICAN KABUPATEN CIAMIS JAWA
BARAT", Infinity Journal, 2014

Publication

31

Khadijah Khadijah, Neni Marlina Br Purba.
"Analisis Pengelolaan Keuangan pada UMKM
di Kota Batam", Owner, 2021

Publication

32

Ibrahim I. Umar, Yakob Napu, Icam Sutisna.
"Kearifan Lokal Walima Sebagai Modal Sosial
Masyarakat", Student Journal of Community
Education, 2022

Publication

33

Mey Susanti AS. "PELEMBAGAAN PERSPEKTIF
MASYARAKAT SASAQ DALAM MENJAGA
POTENSI KELAUTAN DI KAWASAN PESISIR
TELUK JOR KABUPATEN LOMBOK TIMUR

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

34

Vicky Brama Kumbara, Ramdani Bayu Putra,
Hasmaynelis Fitri. "PENERAPAN METODE
FULL COSTING PADA PERHITUNGAN HARGA
POKOK PRODUKSI SEBAGAI PENENTUAN
HARGA JUAL PADA UMKM HOME INDUSTRY
TAHU", Jurnal Pengabdian Masyarakat
Nusantara (JPMN), 2022

Publication

<1 %

35

Maurenthia J. Mandey, David P. E. Saerang,
Rudy J. Pusung. "STUDI KUALITATIF TENTANG
MANFAAT DAN KERUGIAN DALAM
PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA
UD MITRA PELITA", GOING CONCERN :
JURNAL RISET AKUNTANSI, 2018

Publication

<1 %

36

Yayu Kusdiana. "Pengaruh Intellectual Capital,
Risiko Operasional, Debt To Equity Ratio, dan
Non Performing Loan Terhadap Kinerja
Keuangan Pada Perusahaan Bank Buku IV
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia",
Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi
Keuangan & Perpajakan, 2022

Publication

<1 %

37

Abdul Hadi Sirat. "Islamic Financial
Management Practices and Business
Performance in Small Industrial Companies",
ATESTASI : Jurnal Ilmiah Akuntansi, 2022

Publication

<1 %

38

Fathul Khoiriyah, Nurul Imamah, Abdul
Fattah. "Pengaruh Modal, Tenaga Kerja,
Pesaing dan Inovasi terhadap Pendapatan
Pengrajin Reog di Ponorogo", Bharanomics,
2021

Publication

<1 %

39

Wijayanto Wijayanto, Ika Farida Ulfah, Ardyan Firdausi Mustoffa. "PELATIHAN AKUNTANSI PADA UMKM PRODUK UNGGULAN KABUPATEN MAGETAN", DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 2019

Publication

<1 %

40

Siti Aisyah, Yoan Happy Gusmara. "PERSEPSI PEGAWAI ATAS PERAN AUDITOR INTERNAL DI UNIVERSITAS BENGKULU", Jurnal Akuntansi, 2019

Publication

<1 %

41

Aditya Nur Wicaksono, A. Heru Nuswanto, Sukimin -. "Kewenangan Pemerintah Dalam Pemberian Sanksi Terhadap Pegawai Negeri Sipil Yang Melanggar Kedisiplinan Berdasarkan Uunomor 5 Tahun 2014 : Studi Kasus Di Badan Kepegawaian Daerah Kota Semarang", Hukum dan Masyarakat Madani, 2016

Publication

<1 %

42

Ine Ruswati. "FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA PADA SISWA SMK YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM DARUSSALAM CERME GRESIK", Jurnal Riset Entrepreneurship, 2018

Publication

<1 %

43

Mitha Novthafia, La Ode Turi, Jafar Ahiri. "ANALISIS KINERJA KEUANGAN PEMERINTAH KOTA KENDARI", Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi, 2019

Publication

<1 %

44

Wahyu Maulana, Very Andrianingsih. "PERAN PEMERINTAH DAERAH PAMEKASAN DALAM UPAYA MEMBERDAYAKAN PKL SELAKU PENYANGGA EKONOMI MIKRO", Jurnal Sosial Humaniora, 2022

Publication

<1 %

- 45 Mohammad Syawaludin Ibrahim. "ISLAM DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT : SIASAT USAHA PEDAGANG KAKI LIMA DENGAN PEMANFAATAN HUBUNGAN KOMUNITAS MUSLIM", DINAMIKA : Jurnal Kajian Pendidikan dan Keislaman, 2018
Publication <1 %
-
- 46 Amalina Maryam Zakiyyah. "Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Keuangan di UMKM Rindu.Id di Kabupaten Jember", Journal of Community Development, 2021
Publication <1 %
-
- 47 Muhammad Faisal Najmudin, Ace Suryadi, Asep Saepudin. "Implementasi model kolaborasi pentahelix dalam pengembangan sumber daya manusia UMKM", Abdimas Siliwangi, 2023
Publication <1 %
-
- 48 Aqil Maulana, Erlinda, Said Firdaus. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pedagang Pakaian Jadi Di Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2023
Publication <1 %
-
- 49 Harjuno Yumatri Utomo. "Social Media Marketing, Brand Image dan Trust terhadap Repeat Purchase pada Marketplace", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2022
Publication <1 %
-
- 50 Noor Adeliani. "LAGU MENIDURKAN ANAK PADA MASYARAKAT BANJAR: Kajian Bentuk, Makna, dan Fungsi", Al-Banjari : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman, 2015
Publication <1 %
-

51 Lucía Fernández Reyes. "I can do better: Mexican direct sellers of beauty products", Emerald Emerging Markets Case Studies, 2013
Publication

52 Muhammad Hanif, Zulianti Zulianti. "SIMBOLISME GREBEG SURO DI KABUPATEN PONOROGO", AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA, 2012
Publication

53 Nani Ratnaningsih, Mujiyono Mujiyono. "PERBAIKAN KEMASAN DAN PEMASARAN SOUN YANG BERPOTENSI SEBAGAI PANGAN FUNGSIONAL DI KLATEN, JAWA TENGAH", JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 2023
Publication

54 Andri Kurniawan, Tia Alinda, Fatimatuzzahrah Ramdhani, Mohammad Alawi. "Pendampingan UMKM Kripik Pisang dan Talas melalui Packaging dan Digital Marketing di Kelurahan Rakam, Kabupaten Lombok Timur, NTB.", Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2023
Publication

55 Koes Widarbo. "Problematika Reforma Agraria pada Tanah Redistribusi Bekas HGU Tratak, Batang", Widya Bhumi, 2021
Publication

56 Safil Hendroyogi, Mugi Harsono. "KETERKAITAN ANTARA PERSEPSI PENTINGNYA AKREDITASI RUMAH SAKIT DENGAN PARTISIPASI, KOMITMEN, KEPUASAN KERJA, DAN KINERJA KARYAWAN", Jurnal Manajemen DayaSaing, 2016
Publication

57 Sudjana. "Potensi Kekayaan Intelektual Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah", Jurnal Hukum Sasana, 2021 <1 %
Publication

58 Sutrisno Sutrisno. "KONDISI SOSIAL PETANI KOPI DESA UJUNG BULU, KECAMATAN RUMBIA, KABUPATEN JENEPONTO", Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan, 2019 <1 %
Publication

59 Marshall Adi Putra, Ignasius Loyola Adhi Bhaskara, Anggia Valerisha. "Crisis Communication in the Time Of COVID-19: The Significance of Grassroot Initiative in Democratic Countries (Case of Brazil, Indonesia, and the United States)", Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities, 2021 <1 %
Publication

60 Maulinda Firdaus, Imam Agus Faisol. "Perspektif Akuntansi Atas Tata Kelola Keuangan Badan Usaha Milik Desa Bersama (Study Kasus BUMDESMA Kampung Batik Di Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan)", Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi), 2020 <1 %
Publication

61 Rizky Muhartono, Titik Sumarti, Saharuddin Saharuddin, Sonny Koeshendrajana. "Nelayan Kecil di Perkotaan: Karakteristik Usaha dan Jaringan Sosial dalam Mengakses Pembiayaan di Marunda, Jakarta Utara", Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 2023 <1 %
Publication

62 SITI A'ISYAH, M. BAGUS QOMARUDDIN. "Dukungan Social Capital Dalam <1 %

Keberlangsungan Program Desa Siaga Aktif Berstrata Mandiri Di Kabupaten Lumajang",
Jurnal Ilmiah Kesehatan Media Husada, 2017

Publication

63

Syahilla Amami, Roza Yulida, Yulia Andriani. "Analysis of Community Social Capital in Peatland Fire Prevention in Kundur Village Tebing Tinggi Barat District Kepulauan Meranti Regency", Journal of Agribusiness and Community Empowerment (JACE), 2022

Publication

64

Fiona M. Kay. "Mentors as Social Capital: Gender, Mentors, and Career Rewards in Law Practice", Sociological Inquiry, 11/2009

Publication

65

Imam Budiman, Bulbul Abdurrachman, Vina Novianti, Laura Damayanti. "Penggunaan Social Media dan Konsep Personal Branding dalam Pengembangan Usaha Mie Ayam Cipaganti Tirtayasa Berbasis 4.0 di Kota Bandung", Prapanca : Jurnal Abdimas, 2022

Publication

66

Wiranto J. C Effendi, Johnny A. F. Kalangi, Danny D. S. Mukuan. "Pengaruh Multi Level Marketing Terhadap Penjualan Produk Serum Vitamin C Salisa", JURNAL ADMINISTRASI BISNIS, 2019

Publication

67

Anna Kotaskova, Zoltan Rozsa. "THE IMPACT OF SELECTED FACTORS ON THE QUALITY OF BUSINESS ENVIRONMENT ASSESSMENT IN THE CZECH REPUBLIC AND THE SLOVAK REPUBLIC", International Journal of Entrepreneurial Knowledge, 2018

Publication

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

68

Eka Rohmawati, Muhammad Marwan Arwani, Asep Topan. "PERANAN TOKE DALAM USAHA BUDIDAYA PERIKANAN PETANI PLASMA (Studi Kasus di Desa Tambak Rejo, Kecamatan Padang Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara)", *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 2019

Publication

<1 %

69

Ines Saraswati Machfiroh. "Strategi dan Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Laba Usaha Produsen Tempe di Desa Panggung", *Jurnal Humaniora Teknologi*, 2019

Publication

<1 %

70

Luh Putu Kerti Pujani. "Revitalisasi Dalam Fluktuasi Kesenian Reog Ponorogo Menuju Icon Kabupaten Daerah Tingkat II Ponorogo", *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 2009

Publication

<1 %

71

Nurhidayati Nurhidayati, Sugiyah Sugiyah, Dedy Syahyuni, Wiwin Wianti. "Merubah Tantangan Sebagai Peluang Di Masa Pandemi Bagi Komunitas Umkm Naik Kelas Kota Bekasi", *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 2021

Publication

<1 %

72

Rahmini Hadi. "Transformation and Implementation of Sharia Principles In Management of Rural Agribusiness Business Development Programs", *Ijtimā iyya Journal of Muslim Society Research*, 2018

Publication

<1 %

73

Sri Islami Rahayu, Acep Suherman, Andri Indrawan. "PENGARUH LABA DAN ARUS KAS TERHADAP FINANCIAL DISTRES S", *JAZ:Jurnal Akuntansi Unihaz*, 2021

Publication

<1 %

74

Wahyono Wahyono. "The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage", Journal of Management Development, 2019

Publication

<1 %

75

Winda Syafitri, Dahmiri Dahmiri. "PENGARUH FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JAMBI", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2019

Publication

<1 %

76

Adhe Ira Riany, Dahmiri Dahmiri. "PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI KASUS WEDDING ORGANIZER HASTINA PUSPITA DECORATION KOTA JAMBI)", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2020

Publication

<1 %

77

Inda Lestari. "MEMBANGUN REKOGNISI WARIA MELALUI PONPES AL FATAH YOGYAKARTA 2008-2016", Jurnal Siginjai, 2023

Publication

<1 %

78

Mudjijono Mudjijono. "FUNGSI REYOG PONOROGO BAGI PENARI, WIYOGO, PENYENGGAK, DAN MASYARAKAT", Walasuji : Jurnal Sejarah dan Budaya, 2016

Publication

<1 %

79

Rizky Muhartono, Sonny Koeshendrajana. "MODAL SOSIAL KELOMPOK NELAYAN DI WADUK GAJAH MUNGKUR (Studi Kasus Kelompok Mina Tirta, Kecamatan Wuryantoro, Kabupaten Wonogiri)", Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 2015

Publication

<1 %

80

Wisnu Kurniawan, Muh Chotim.
"PENTINGNYA KONSEP DIRI POSITIF DAN
PENGALAMAN MENGIKUTI BIMBINGAN
KELOMPOK UNTUK
MENUMBUHKEMBANGKAN MOTIVASI
BERPRESTASI", *Counsellia: Jurnal Bimbingan
dan Konseling*, 2015

Publication

<1 %

81

Yuppy Triwidatin, Ayi Jamaludin, M.Nur Afif,
Hurriyaturrohman Hurriyaturrohman.
"Pengaruh Penetapan Harga Pokok Produksi
Dan Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat
Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah
(UMKM)", *JURNAL AKUNIDA*, 2022

Publication

<1 %

82

Ihwan Wahid Minu. "Fleksibilitas Profit Dalam
Ekonomi Islam", *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*,
2019

Publication

<1 %

83

Mauro Paoloni, Marco Tutino, Niccolò Paoloni,
Valentina Santolamazza. "Financing
innovation in agri-food industries: an analysis
of the Italian micro, small and medium
enterprises", *British Food Journal*, 2023

Publication

<1 %

84

Praise Iroth, O. Esry H. Laoh, Ribka M.
Kumaat. "KONTRIBUSI PENDAPATAN SEKTOR
INFORMAL TERHADAP PENDAPATAN RUMAH
TANGGA PETANI DI DESA PINABETENGAN
UTARA KECAMATAN TOMPASO BARAT", *AGRI-
SOSIOEKONOMI*, 2016

Publication

<1 %

85

Ade Sri Mulyani, Ety Nurhayaty, Kasmanto
Miharja. "Penerapan Pencatatan dan Laporan
Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan

<1 %

Menengah (UMKM)", Jurnal Abdimas BSI:
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2019

Publication

86

Cecep Wahyudin, Nunu Mahmud Firdaus.
"UPAYA PENGELOLA PKBM UNTUK
MENINGKATKAN KEMANDIRIAN WARGA
BELAJAR KESETARAAN PAKET C MELALUI
KEWIRAUSAHAAN", Comm-Edu (Community
Education Journal), 2018

Publication

87

Fajar Rakhmat Wicaksono. "FAKTOR-FAKTOR
PENGARUH SETTING FISIK TERHADAP
PEMANFAATAN RUANG PEDESTRIAN OLEH
SEKTOR INFORMAL (PKL)", Jurnal Arsitektur
dan Perencanaan (JUARA), 2019

Publication

88

MOCHAMAD INDRAJIT ROY. "ANALISIS
PERTUMBUHAN PEMBIAYAAN UMKM
TERHADAP PERTUMBUHAN LABA BERSIH
BPRS DI INDONESIA", ISLAMICONOMIC:
Jurnal Ekonomi Islam, 2017

Publication

89

Susilatri Susilatri, Desmiyawati Desmiyawati,
Safrizal Safrizal, Hariadi Hariadi, Mudrika
Alamsyah. "Pelatihan Penyusunan Laporan
Keuangan dan Pemanfaatan Teknologi Digital
untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Di
Kabupaten Kuantan Singingi", Jurnal
Pengabdian Kepada Masyarakat Mahaputra
Muhammad Yamin, 2023

Publication

90

Zhang, Jianjun, and Shu Lin. "Business and
Government", Understanding Chinese Firms
from Multiple Perspectives, 2014.

Publication

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

91

Dani Amran Hakim, Muhammad Havez.
"POLITIK HUKUM PERLINDUNGAN PEKERJA
MIGRAN INDONESIA DALAM PERSPEKTIF
FIKIH SIYASAH DUSTURIYAH", TANJUNGPURA
LAW JOURNAL, 2020

Publication

<1 %

92

Prihasantyo Siswo Nugroho, Akhmad Nurrofi.
"Growing Entrepreneur Souls to Compete in
the National Market in Small Micro Business
Desa Tlogopucang Kecamatan Kandangan
Kabupaten Temanggung [Menumbuhkan Jiwa
Entrepreneur untuk Bersaing Di Pasar
Nasional pada UMKM Desa Tlogopucang
Kecamatan Kandangan Kabupaten
Temanggung]", Proceeding of Community
Development, 2019

Publication

<1 %

93

Saddam Chaled, Susi Sarumpaet. "EVALUASI
PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI
KEUANGAN No. 45 PADA ORGANISASI
NIRLABA DI BANDAR LAMPUNG", Jurnal
Akuntansi dan Keuangan, 2019

Publication

<1 %

94

Andhini Nuranti Putri Tuluki, Agus S. Soegoto,
Djurwati ` Soepeno. "Pengaruh Kinerja
Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap
Perkembangan UMKM di Kelurahan Teling
Atas pada Masa Pandemi Covid 19", Jurnal
EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen,
Bisnis dan Akuntansi, 2023

Publication

<1 %

95

Rohaetin Rohaetin. "Pemberdayaan
Pedagang Kaki Lima di Wilayah Kota Palangka
Raya", Jurnal Mediasosian : Jurnal Ilmu Sosial
dan Administrasi Negara, 2019

Publication

<1 %

96

Yekti Nilasari, Dheni Dwi Pangestuti.
"Akuntansi Pesantren Berbasis
Kewirausahaan Berdasarkan SAK ETAP
Dengan Aplikasi Myob", Owner, 2022

Publication

<1 %

97

Zulfa Nur Auliatun Nissa, Suadi Suadi.
"INDEKS KERENTANAN PENGHIDUPAN
PEMBUDIDAYA IKAN NILA KERAMBA JARING
APUNG DI WADUK GAJAH MUNGKUR,
KABUPATEN WONOGIRI", Jurnal Sosial
Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 2022

Publication

<1 %

98

Bakti Toni Endaryono, Prasetio Ariwibowo.
"Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet
Penjualan terhadap Laba Perusahaan", Reslaj
: Religion Education Social Laa Roiba Journal,
2021

Publication

<1 %

99

Darwanto Darwanto. "STRATEGI PENGUATAN
MICROFINANCE SYARIAH BERBASIS
EKONOMI KELEMBAGAAN", INFERENSI, 2014

Publication

<1 %

100

Dumora Jenny Margaretha Siagian.
"PERANAN AKTOR DALAM PENGELOLAAN
BANK SAMPAH BERKELANJUTAN DI KOTA
MEDAN (THE ROLE OF ACTORS IN
MANAGING SUSTAINABLE WASTE BANKS IN
MEDAN CITY)", Inovasi, 2019

Publication

<1 %

101

Nurul Luthfiani Pamungkas, Ibdalsyah
Ibdalsyah, Retno Triwoelandari. "Pengaruh
Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan
Pengetahuan Produk terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah", El-
Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam,
2021

Publication

<1 %

102 Raden Biroum Bernardianto, Anggy Ria Sandita. "Analisis Motivasi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Melakukan Migrasi ke Kuala Lumpur (Studi Kasus di KBRI Kuala Lumpur)", Pencerah Publik, 2017

Publication

<1 %

103 Suhartono Suhartono, Dahlia Nadeak, Cici Murniasih, Satria Gilang Perdana. "SWOT Analysis: Creative Economic Business of Macrame Crafts (Empowerment And Macrame Crafts Employees In Griya Asri Setu Tangerang Selatan) [Analisis Swot: Usaha Ekonomi Kreatif Kerajinan Talikur (Pemberdayaan dan Pendampingan Pengrajin Talikur di Griya Asri Setu Tangerang Selatan)]", Proceeding of Community Development, 2019

Publication

<1 %

104 Suryadi Suryadi. "IMPACT CONTINUITY MARKETING, ONE TO ONE MARKETING AND PARTNERING MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH EKA SAVE PADA BANK EKA BUMI ARTHA KOTA METRO", FIDUSIA : JURNAL KEUANGAN DAN PERBANKAN, 2019

Publication

<1 %

105 Tia Aprilia Susnita. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka", Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan), 2020

Publication

<1 %

106 C Tri Widiastuti, Aprih Santoso, Anandha Anandha. "MODEL PEMBUKUAN SEDERHANA UKM BAKSO KLASER SEMI MODERN DI

<1 %

WILAYAH KOTA SEMARANG", Jurnal Dinamika
Sosial Budaya, 2019

Publication

107 Haris Munandar, Herman Herman, Dibyo Waskito Guntoro. "Hubungan antara Dukungan Sosial dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa", Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2023
Publication

<1 %

108 Kreditrationierung in Entwicklungsländern, 1999.
Publication

<1 %

109 Sri Retnaning Rahayu, Suryadi Suryadi, Rio Sandi Alvian. "Pengaruh Nilai Investasi, Tingkat Upah, Dan Nilai Produksi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Studi Kasus Pada Konveksi Di Desa Kota Gajah Timur Kecamatan Kota Gajah Lampung Tengah", Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 2023
Publication

<1 %

110 Afifah Rahmaningrum, Pujiyanti Fauziah. "Peran Guru pada Pengasuhan Anak dari Keluarga Tenaga Kerja Indonesia", Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 2020
Publication

<1 %

111 Amelza Sastri Yundini. "PENGARUH TANGGAPAN KONSUMEN MENGENAI PRODUK, HARGA, PELAYANAN DAN LOKASI PADA UMKM KARTIKA WIDYA UTAMA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2022
Publication

<1 %

112 Hardiyanto Wibowo. "Analisis Pengaruh Persepsi Permodalan Terhadap Kinerja Usaha

<1 %

113 Jumhur Jumhur. "Model Pengembangan Pedagang Kaki Lima (PKL) Kuliner di Kota Singkawang", Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, 2015 <1 %

Publication

114 Nurlianti Nurlianti, Prihanani Prihanani. "BUDIDAYA SELADA ORGANIK DI KAWASAN RUMAH PANGAN LESTARI DARI KWT PANORAMA SEBAGAI BENTUK NYATA KEGIATAN EKONOMI PRODUKTIF", Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan IPTEKS, 2018 <1 %

Publication

115 Ritha Rahayu, Haerani Maksum, Suharno H. Syukur, Moh. Irfan, Afandi Afandi, Taufiq Eka Riandhana. "Persepsi Masyarakat Terhadap Keberadaan Rumah Pemotongan Ayam (RPA) Toriniku di Kelurahan Birobuli Utara Kecamatan Palu Selatan Kota Palu", Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian, 2023 <1 %

Publication

116 Siti Nursyamsiah, Saiful Hidayat. "PENGARUH SUMBER PENGETAHUAN EKTERNAL TERHADAP TYPE INOVASI : SEBUAH TINJAUAN BERBASIS PELAKU PASAR DAN SCIENCE BASED ACTORS (STUDI EMPIRIS PADA UMKM DI YOGYAKARTA)", Holistic Journal of Management Research, 2020 <1 %

Publication

117 Suryanto Suryanto, Ekaningtyas Widiastuti, Heryanto Heryanto. Kesmas Indonesia, 2019 <1 %

Publication

- 118 Hotma Adelina, Yusma Damayanti, Elwamendri Elwamendri. "ANALISIS PERMINTAAN KEDELAI PADA AGROINDUSTRI TEMPE DI KOTA JAMBI", Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis, 2018
Publication <1 %
-
- 119 Melati Pramudita Lestari, Agus Widodo, Anik Cahyowati, Desty Wana et al. "Pelatihan Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran Produk Hasil Kerajinan Kelompok PKK pada Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya", Kapuas, 2023
Publication <1 %
-
- 120 Yahya Nurzaman, Novi Widiastuti. "MENINGKATKAN KEMAMPUAN WIRAUSAHA MELALUI PELATIHAN LIFE SKILL TATA BOGA BAGI WARGA BELAJAR KEAKSARAAN (Studi Kasus di PKBM Srikandi Kota Cimahi)", Comm-Edu (Community Education Journal), 2019
Publication <1 %
-
- 121 Adinda Novita Sari, Fifiana Wisnaeni. "Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 3 Tahun 2018 (Studi Tentang Penataan Dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima Di Jalan Pandanaran II Kota Semarang)", AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam, 2023
Publication <1 %
-
- 122 Kumara Jati, Aziza Rahmaniar Salam. "Manfaat Ekonomi dan Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Perdagangan Indonesia dan Taiwan", Proceeding of Community Development, 2018
Publication <1 %
-
- 123 Novia Nurdwijayanti, Sulastiningsih Sulastiningsih. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR <1 %

YANG MEMPENGARUHI IMPLEMENTASI
STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN ENTITAS
TANPA AKUNTABILITAS PUBLIK (SAK ETAP)
PADA UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di
Suryodiningratan Mantrijeron Yogyakarta)",
Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana, 2018

Publication

124

Rani Rani. "PENGARUH MODAL DAN LAMA USAHA TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL PASAR MINGGU", Widya Cipta - Jurnal Sekretari dan Manajemen, 2019

Publication

<1 %

125

Sastri Ayu Lestari, Andi Mulyono. "Analisis Penerapan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM pada UMKM (Studi Kasus pada UMKM Robbani Snack)", Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2023

Publication

<1 %

126

Winston - Pontoh. "Goodwill No. 1 Vol. 4 Juni 2013", JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING "GOODWILL", 2013

Publication

<1 %

127

Yekti Hediningsih, Mohammad Nurhafid, Endah Wahyuni, Dyah Ayu Kunti Hapsari et al. "Optimasi dan Evaluasi Whole Genome Sequencing SARS CoV-2 Di Balai Laboratorium Kesehatan dan Pengujian Alat Kesehatan Provinsi Jawa Tengah", Health Information : Jurnal Penelitian, 2023

Publication

<1 %

128

Yogi Lesmana, Erry Sunarya, Nor Norisanti. "Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Metode Target Costing dalam Meningkatkan Laba", BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 2020

Publication

<1 %

- 129 Aulia Indah Juita Aulia, Wira Ramashar. "Sosialisasi Sistem dan Pemberian Kredit dalam Menunjang Kelancaram Realisasi Kredit Pada Bank BRI Kantor Cabang Pekanbaru", Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI, 2022
Publication <1 %
-
- 130 Putri Pradnyawidya Sari. "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP ECOMMERCE", Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, 2017
Publication <1 %
-
- 131 Renaldy Fernando Rolos, Jullie J Sondakh, Robert Lambey. "ANALISIS PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN ENTITAS TANPA AKUNTABILITAS PUBLIK (SAK ETAP) DALAM PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN PADA KOPERASI PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI) GELORA PENDIDIKAN KOTA TOMOHON", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2016
Publication <1 %
-
- 132 Barry Ceasar Octariadi, Syaibah Syaibah. "Sistem Informasi Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi Pada Program Studi Teknik Informatika DI Universitas Muhammadiyah Pontianak", CYBERNETICS, 2020
Publication <1 %
-
- 133 Ferdiansyah Ferdiansyah Ferdiansyah. "KOMPETENSI SUMBERDAYA MANUSIA DAN KINERJA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN SINTANG", Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME), 2022
Publication <1 %
-

- 134 Fransiskus Dodi. "KODE ETIK HAKIM", PERAHU (PENERANGAN HUKUM) : JURNAL ILMU HUKUM, 2020
Publication <1 %
-
- 135 Iwan Henri Kusnadi, Luki Natika, Dyera Octa Alsonia. "Implementasi Kebijakan Pembinaan UMKM di Kabupaten Subang", The World of Business Administration Journal, 2020
Publication <1 %
-
- 136 Ni Gusti Ayu Kade Suwintari, Lintje Kalangi, Anneke Wangkar. "ANALISIS PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN ENTITAS TANPA AKUNTABILITAS PUBLIK (SAK ETAP) TERHADAP LAPORAN KEUANGAN PADA USAHA KECIL MENENGAH BAHAGA MANADO", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2018
Publication <1 %
-
- 137 Ni Nyoman Suci Ary Susanti, A.A.Ayu Arun Suwi Arianty, Luh Eka Susanti. "Persepsi Mahasiswa Training terhadap Lingkungan Kerja", Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis, 2023
Publication <1 %
-
- 138 Niken Kusumawardani. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) Pada Usaha Barbershop", Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 2021
Publication <1 %
-
- 139 Harni Harni, Nurjannah Nurjannah. "Pendampingan Peningkatan Pemasaran melalui Strategi Labeling Produk Pada Home Industry (Beppa Laiyya) di Desa Lamatti Riaja Kecamatan Bulupoddo", Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis, 2022 <1 %

140 Hendra Sahputra, Mhd Shafwan Koto. <1 %
"SOSIALISASI PELATIHAN DAN
PENDAMPINGAN PELAKU USAHA UMKM DI
DESA KEBUN PISANG KABUPATEN TAPANULI
TENGAH", COVIT (Community Service of
Health), 2022
Publication

141 Herman Herman, Tutus Rully. <1 %
"Faktor-Faktor
yang Mempengaruhi Daya Saing UMKM di
Kabupaten Bogor", Prosiding Seminar
Nasional Forum Manajemen Indonesia - e-
ISSN 3026-4499, 2023
Publication

142 Jemadi Jemadi, Bambang Sugeng Dwiyanto. <1 %
"Strategi Kelompok Buruh Perempuan dalam
Memanfaatkan Modal Sosial untuk
Meningkatkan Aksesibilitas Pasar (Studi di
Kelompok Buruh Perempuan "Tani Rejo"
dalam Mengakses Industri Emping Melinjo di
Kecamatan Limpung, Kabupaten Batang,
Provinsi Jawa Tengah)", Jurnal Maksipreneur:
Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship,
2014
Publication

143 Mukhzarudfa Mukhzarudfa, Ratih
Kusumastuti. <1 %
"Praktik Akuntansi Keuangan
Usaha Perajin Batik Di Kecamatan
Pelayangan, Kota Jambi", Jurnal Karya Abdi
Masyarakat, 2019
Publication

144 Selmi Katiandagho, Anderson G. Kumenaung,
Debby Ch. Rotinsulu. <1 %
"ANALISIS KONTRIBUSI
SEKTOR PERIKANAN TERHADAP PDRB DAN
PENYERAPAN TENAGA KERJA DI KOTA
BITUNG", JURNAL PEMBANGUNAN EKONOMI
DAN KEUANGAN DAERAH, 2019

145 Wiwik Tiswiyanti, Desri Yanto, Fitriani Mansur. "KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DAN IMPLEMENTASI SAK ETAP PADA UMKM DI KOTA JAMBI", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2018

Publication

146 Apriyanti Apriyanti, Heny Setyowati. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Minyak Kayu Putih Cap Lang) Di Kota Madiun", CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2021

Publication

147 Fadila Marga Saty, M Apriyani, Annisa Fitri. "Profitability of Tempeh Household Industries at Soybean Processing in Bandar Lampung", IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 2022

Publication

148 Kurniawati, Wakhidah. "Public Space for Marginal People", Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2012.

Publication

149 Marianus Teti. "Masyarakat Bakateu Hidup Dalam Keberagaman Tanpa Konflik Selama 45 Tahun", VOCAT: JURNAL PENDIDIKAN KATOLIK, 2021

Publication

150 Mastur Mastur. "Ekonomi Keluarga TKI dan Pendidikan Anak di Desa Bagik Polak Barat Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat Tahun 2017-2018", FONDATIA, 2017

Publication

- 151 Novita Anjarsari, Saifudin Saifudin. "SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL ATAS PENJUALAN BARANG DAGANGAN (Studi Kasus di Toko Sumber Rejo Semarang)", Solusi, 2020
Publication <1 %
-
- 152 Reno Adi Saputra, Ratu Eva Febriani. "ZAKAT PRODUKTIF SEBAGAI ALTERNATIF KREDIT MIKRO DALAM PENGEMBANGAN USAHA MUSTAHIK (STUDI KASUS UPZ UNIB)", Convergence: The Journal of Economic Development, 2020
Publication <1 %
-
- 153 Winda Kurniawati. "Prediksi Laba Di Masa Yang Akan Datang Dengan Rasio Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010–2014", Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, 2016
Publication <1 %
-
- 154 Wiwid Sukamto, Iwan Triyuwono, Unti Ludigdo. "The Determination of Fair Selling Price: an Ethnomethodology Study in PT. Panderman Property Syariah", Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 2022
Publication <1 %
-
- 155 Afrizal Mayub, Fahmizal Fahmizal, M. Lutfi Firdaus, Henny Johan, Aceng Ruyani, Bhakti Karyadi. "Assembling, simulating, and recording robot videos as an effort to motivate middle school students and teachers of Science in Bengkulu Province", IAES International Journal of Robotics and Automation (IJRA), 2023
Publication <1 %
-
- 156 Anas Lutfi, Ruddi Setiawan. "PENGATURAN TINDAK PIDANA PEMBAJAKAN PERANGKAT LUNAK (SOFTWARE) KOMPUTER DALAM

157 Hobarth Williams Soselisa. "Fishermen and Farmers' Wives in Meeting the Needs of Family Life (A Case Study on a Family-family whose Husband has left behind in Morela Subdistrict Leihitu, Moluccas)", Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 2020

Publication

158 Liana Dwi Septiningrum. "MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN FOOD AND BEVERAGE DI ERA PANDEMI COVID 19", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2021

Publication

159 Mustadjar, Musdalia. "Gender in the Cultural Frame and Religious Value (Case Study of Bugis Couple Family)", Journal of Sociological Research, 2013.

Publication

160 Rian Pratama, Siang I Suluh, Sabirin Sabirin. "Plantation Sector in Central Kalimantan Province: Optimization of Production Factor Use", Journal Magister Ilmu Ekonomi Universtas Palangka Raya : GROWTH, 2023

Publication

161 Riyayan Dwi Saputro. "PENDIDIKAN KARAKTER ANAK PADA KELUARGA TKW (STUDI KASUS DI DESA NGLANDUNG, KECAMATAN GEGER KABUPATEN MADIUN TAHUN 2015)", Citizenship Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan, 2016

Publication

- 162 S Anwar, D P S Setyohadi, M M D Utami, Damanhuri, B Hariono. "Development of Farming Diversification with Implementation Plant Patterns as a Strategy of Economic Strengthening", Journal of Physics: Conference Series, 2018
Publication <1 %
-
- 163 Tatema Hondro, Masriani Laia, Mastaniria Nduru, Bayu Wulandari. "Pengaruh Struktur Modal, Struktur Aset, Laba Bersih, Piutang Usaha, Likuiditas, Profitabilitas terhadap Arus Kas", Owner, 2021
Publication <1 %
-
- 164 Adih Supriadi, Edy Arisondha. "Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah: Studi Kasus Pada UMKM Oleh-Oleh Di Kawasan Wisata Anyer", Jurnal Sains Sosio Humaniora, 2022
Publication <1 %
-
- 165 Bidasari Bidasari, Sahrir Sahrir, Goso Goso, Rahmad Solling Hamid. "Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM", Owner, 2023
Publication <1 %
-
- 166 Christina Irwati Tanan, Dian Dhamayanti. "Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura", Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement, 2020
Publication <1 %
-
- 167 Durotun Nasikah, Fitriani Fitriani, Yoga Prasetyo Wibowo. "Pengaruh Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Dalam Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil Dan

- 168 Esmara Sugeng, Anik Kunantiyorini. <1 %
"PENATAAN DAN PEMBERDAYAAN
PEDAGANG KAKI LIMA SEBAGAI USAHA
MIKRO SELARAS DENGAN TATA RUANG
WILAYAH KABUPATEN BATANG", RISTEK :
Jurnal Riset, Inovasi dan Teknologi Kabupaten
Batang, 2016
Publication
-

- 169 Ghonimah Zumroatun Ainiyah, Kartika Dewi
Permatasari, Nurul Hidayat. <1 %
"Penerapan
Sistem Akuntansi Dasar Pada Usaha Mikro
Kecil Dan Menengah Di Desa Beji Kecamatan
Pandamarum Banjarnegara", Review of
Applied Accounting Research (RAAR), 2023
Publication
-

- 170 Ida Hidayah, Teguh Ariefiantoro, Dwi Widi
Pratito Sri Nugroho, Edy Suryawardana. <1 %
"ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN
DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PUDANIS DI
KALIWUNGU)", Solusi, 2021
Publication
-

- 171 Iston Dwija Utama. <1 %
"Analisis Strategi
Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan
Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota
Bandung", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah
Ekonomi dan Pembelajarannya, 2019
Publication
-

- 172 Linda Umasugi. <1 %
"Pemetaan Kawasan Sentra
Produksi bagi UMKM di Kota Ternate",
Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 2018
Publication
-

173 Mizaco Ofayda Darmawan, Agus Toni Poputra, Winston Pontoh. "ANALISIS PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN PADA PT.MULTISARANA BAHTERAMANDIRI BERDASARKAN PSAK NO.1 DAN NO.2", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2013

Publication

<1 %

174 Nur Wanita, Ryna Pratiwi, Nurysamsu. "PENGARUH PEMBIAYAAN ULTRA MIKRO PT. PEGADAIAN CABANG PALU TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI MASA PANDEMI COVID-19", Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 2021

Publication

<1 %

175 Siti Mujiatun, Julita Julita, Rahmayati Rahmayati, Edisah Putra Nainggolan. "Pengembangan Model Penyaluran Kredit Bagi UKM Untuk Mengantisipasi Perkembangan Lembaga Keuangan Informal", Owner, 2022

Publication

<1 %

176 Wiwi Uswatiah, Siti Aminah, Sofyan Sauri, Faiz Karim Fatkhulah. "Analisis Logika, Riset, Kebenaran Dalam Pendidikan di Indonesia", Jurnal Dirosah Islamiyah, 2021

Publication

<1 %

177 Bahdar Bahdar. "KINERJA BADAN AMIL ZAKAT PROVINSI SULAWESI TENGAH (Mengumpul dan Mendistribusikan Zakat)", ISTIQRA, 2018

Publication

<1 %

178 Komir Bastaman, Ade Nawawi, Taharudin Taharudin. "Efektivitas Program Desa Migran Produktif (DESMIGRATIF) Pada Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Subang",

<1 %

179 Lendra Fatriani, Bernard Sipahutar. <1 %
"Legitimasi Hukuman Mati: Perlukah
Mandatory Consular Notification Antar
Negara?", Uti Possidetis: Journal of
International Law, 2022
Publication

180 Tito handoko, Harapan Tua RFS, Zulfa Harirah
MS, Dahlan Tampubolon. <1 %
"Urgensi Kebijakan
Pembatasan Sosial Berskala Mikro (PSBM)
Pasca Pembatasan Sosial Berskala Besar
(PSBB) Dalam Penanganan Covid 19 Di Kota
Pekanbaru Tahun 2020", KEMUDI : Jurnal Ilmu
Pemerintahan, 2021
Publication

181 Tri Andina Rahayu. <1 %
"Analisis Faktor-Faktor
yang Memengaruhi Kelancaran Pengembalian
Pembiayaan Murabahah pada Usaha Mikro,
Kecil, dan Menengah (UMKM) di BMT Taruna
Sejahtera", Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan
Perbankan Syariah, 2016
Publication

182 Virly Ramdhani, Sri Mulyati, Trisandi Eka Putri. <1 %
"AN ANALYSIS OF FACTOR THAT INFLUENCE
THE LEVEL OF KNOWLEDGE OF SMES ABOUT
ACCOUNTING OF SMES (A CASE STUDI AT
SMES IN SUBANG REGENCY)", JASS (Journal
of Accounting for Sustainable Society), 2019
Publication

183 Zarah Puspitaningtyas, Akhmad Toha, Aryo
Prakoso. <1 %
"Understanding the concept of profit
as an economic information instrument:
disclosure of semantic meanings", Accounting
and Financial Control, 2018
Publication

-
- 184 Diana Yusyanti. "ASPEK PERIZINAN DIBIDANG HUKUM PERTAMBANGAN MINERAL DAN BATUBARA PADA ERA OTONOMI DAERAH (Permit Aspects Of In The Legal Field Of Mineral And Coal Mining In The Era Of Regional Autonomy)", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 2017
Publication <1 %
-
- 185 Elly Rahayu, Risnawati Risnawati, Nurul Rahmadani. "PELATIHAN TATA KELOLA KEUANGAN UMKM", *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2021
Publication <1 %
-
- 186 Erlin Amma Wahyuni E. L., Diyah Probowulan, Retno Murwanti. "Eksistensi Pencatatan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM pada UMKM dengan Aplikasi Microsoft Excel", *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 2020
Publication <1 %
-
- 187 Eti Arini, Onsardi Onsardi, Reni Indriani. "Kompetensi Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah", *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2023
Publication <1 %
-
- 188 Melisa Syafitri Amalia, Muhammad Arif. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang Dilakukan Dinas Koperasi dan UMK Kabupaten Labuhanbatu Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Sekitar", *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2022
Publication <1 %
-

189

Nekky Rahmiyati Subchan, Riyadi Nugroho.
"ANALISIS PEMETAAN LITERASI KEUANGAN
PADA PELAKU USAHA TANAMAN HIAS DI
KAMPUNG WISATA BUNGA DESA BANYUURIP
KECAMATAN KEDAMEAN KABUPATEN
GRESIK", REVITALISASI, 2021

Publication

<1 %

190

Ni Nyoman Sri Rahayu Damayanti. "Menjaga
Eksistensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
Pada Masa Pandemi Covid-19", EKONIKA
Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2021

Publication

<1 %

191

Winona Kumara Dewi, Risa Wahyuni EDT.
"Pengaruh Literasi Keuangan terhadap
Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan
Menengah", Target: Jurnal Manajemen Bisnis,
2023

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off