

NAMA : DIAN FATUROHMI
NPM : 2113053038
KELAS : 3G
MK : KEWIRAUSAHAAN
DOSEN : DAYU RIKA PERDANA, M. Pd.

Analisis Jurnal 1

Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan model manajemen UMKM yang dapat diaplikasikan oleh UMKM dalam usaha meningkatkan efektivitas UMKM. Model manajemen ini memuat aspek manajemen perusahaan, yaitu manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen keuangan, di mana pada sisi lain ada pengukuran kinerja UMKM sehingga mereka mampu mengukur kinerjanya untuk mengetahui perkembangan usahanya dari waktu ke waktu. Dalam aplikasi model manajemen UMKM nantinya, UMKM perlu melakukan analisis strengths, weaknesses, opportunities, threats (SWOT) terhadap aktivitas hariannya terkait aspek manajemen usaha sehingga secara umum UMKM tersebut dapat mengetahui perkembangan usahanya dan melakukan evaluasi terhadapnya.

Secara umum, pelaku UMKM belum menerapkan manajemen secara konsisten dan komprehensif. Dalam manajemen produksi, pelaku UKM hanya memiliki persediaan sesuai dengan kemampuan modalnya, ketika memiliki dana yang cukup banyak maka mereka dapat menyediakan persediaan yang banyak pula, demikian sebaliknya. Hal ini tentunya berdampak pada biaya persediaan yang ditimbulkan, namun tak disadari oleh pelaku UMKM. Pada beberapa UMKM, pelaku tidak mau mengandalkan pinjaman dari bank, karena cukup sulitnya proses peminjaman (misalnya harus ada pembukuan atas usahanya), dan pelaku tidak ingin tergantung pada pinjaman modal. Pelaku UKM tidak mau terikat pada satu supplier saja, karena ingin mendapatkan sumber bahan baku yang beragam, yang bisa disesuaikan dengan kondisi keuangan yang ada.

UMKM cenderung menggunakan SDM yang ada di sekitar wilayah usahanya, walaupun tanpa memiliki keahlian yang diperlukan. Namun hal ini dapat diatasi dengan pelatihan terhadap karyawan baru. Pada usaha konveksi, pemilihan SDM berdasarkan kemampuan yang dimiliki, serta peralatan yang dimiliki karena rata-rata pekerjaan dapat dilakukan di rumah

masing masing. Rata-rata UKM yang diteliti tidak menggunakan prinsip spesialisasi karena pekerjaan cenderung sudah terfokus pada satu pekerjaan. Tidak ada strategi pemasaran yang digunakan secara khusus, karena pemasaran dilakukan atas dasar kebetulan atau kemudahan memasuki suatu pasar. Misalnya, dengan menitipkan pada pedagang yang membuka kios di pasar. Sistem yang diterapkan adalah konsinyasi. Sistem ini cenderung merugikan pelaku UKM, karena seringkali terjadi penipuan oleh pedagang.

Pelaku UMKM yang cenderung memiliki pendidikan yang rendah, menyebabkan mereka kurang familiar pada teknologi, terutama teknologi informasi yang seharusnya dapat dimanfaatkan sebagai salah satu strategi pemasaran. Pelaku UKM menggunakan internet sebatas untuk mencari masukan untuk inovasi yang bisa mereka lakukan. Pelaku UMKM secara otomatis membuat segmentasi atas produknya, salah satunya berdasarkan bahan baku yang diperlukan. Misalnya, segmen untuk kalangan menengah ke atas dengan harga yang cukup mahal dan bahan baku yang pasti lebih berkualitas dan kalangan menengah ke bawah dengan harga yang lebih murah dan bahan baku yang lebih rendah kualitasnya. Untuk pemodal besar, mereka mampu menyediakan produk dengan bahan baku yang bagus dan memiliki segmen menengah ke atas. Sedangkan pemodal kecil memfokuskan pada kalangan menengah ke bawah dengan bahan baku imitasi. Pelaku UKM belum melakukan pembukuan karena mengalami kesulitan, di mana hal tersebut tentunya memerlukan ketelitian sedangkan mereka belum memiliki pengetahuan yang cukup untuk melakukan pembukuan, serta ada rasa ketidaktelatenan dalam melakukan pembukuan. Hal inilah yang menyebabkan sebagian pelaku mengalami kesulitan ketika akan melakukan penambahan modal dengan melakukan pinjaman ke bank. Karena bank menuntut adanya laporan keuangan yang lengkap dengan tujuan untuk mengetahui prospek usaha tersebut. Keadaan ini menyebabkan pelaku UKM merasa enggan berhubungan dengan pihak perbankan.

Pemodelan Proses Penyusunan Laporan Keberlanjutan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Pelaporan keberlanjutan dapat menunjukkan adanya komitmen pemilik perusahaan terhadap bisnis yang berkelanjutan. Penyampaian informasi melalui laporan keberlanjutan memberikan pemahaman bagi pemilik perusahaan (pemilik UKM) bahwa keberlangsungan usaha tidak hanya ditentukan oleh kinerja ekonomi UKM saja, namun juga ditentukan oleh kinerja sosial dan kinerja lingkungan UKM. Perlu dipahami bahwa lingkungan bisnis UKM masuk dalam lingkungan bisnis secara keseluruhan dan aktivitas bisnis UKM pun dapat dijalankan dengan konsep keberlanjutan sehingga pada akhirnya akan menghasilkan bisnis yang bertanggung jawab (responsible business). Untuk saat ini memang belum ada pedoman atau standar mengenai pelaporan keberlanjutan untuk UKM. Penulis berharap UKM di Indonesia nantinya dapat terus berkembang dan pada akhirnya melakukan pelaporan keberlanjutan akan menjadi kebutuhan bagi keberlangsungan usaha UKM.

Keterbatasan artikel ini adalah artikel ini masih bersifat konseptual dan belum didasarkan pada kondisi di lapangan mengenai UKM yang ada di Indonesia. Penulis masih menggunakan beberapa asumsi dalam pemodelan implementasi pelaporan keberlanjutan bagi UKM dan belum memasukkan variabel-variabel yang sesuai dengan kondisi nyata bisnis UKM di Indonesia. Artikel selanjutnya dapat membahas mengenai penerapan pelaporan keberlanjutan pada UKM yang memang telah melakukan pelaporan keberlanjutan meskipun dalam pembuatan laporan keberlanjutannya belum menggunakan standar pelaporan tertentu. Jika memang terdapat UKM di Indonesia yang telah melakukan pelaporan keberlanjutan meskipun dalam bentuk yang masih sederhana, ini akan dapat meningkatkan pemahaman kita bahwa pada dasarnya pelaporan keberlanjutan sangat penting bahkan bagi UKM yang tingkat kompleksitas bisnisnya belum terlalu tinggi.