

PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM KERAJINAN PERAK MELALUI PERLUASAN JARINGAN PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN DESAIN¹⁾

Oleh : Dewi Kusuma Wardani²⁾ , Mulyanto³⁾

ABSTRACT

Activity location " To Increase of Earnings of UMKM Silver Through Extension of Network Marketing and Development Desain" in Sub-Province Mount Kidul region , this matter pursuant to consideration that this region is including area hit by earthquake disaster on 27 May 2006. Congeniality of crafting of silver is crafting and made accessories with elementary materials of silver.

UMKM face main problem, that is they only accept just making fare fee which its it him very determined by pemesan/ [both/ second] modal. Masalah owner that UMKM capital deficiency to produce [by] xself. While third problem, there is no UMKM owning trade merk / effort. So that [all] consumer more is recognizing [of] entrepreneur trade mark which in fact sell that UMKM product than recognizing UMKM which exactly its maker.

Target of this activity that is improve earnings [of] UMKM [crafting/ diligence] [of] silver, passing extension [of] marketing network and product desain development. Result of this activity : UMKM more inovatif in yielding silver product , can make finance note and look for market alone without its irrespective [of] investor from Kotagede.

Keyword : *UMKM, Silver, Network Marketing, crafting*

I. Pendahuluan

Lokasi kegiatan "Peningkatan Pendapatan UMKM Perak Melalui Perluasan Jaringan Pemasaran dan Pengembangan Desain" di wilayah Kabupaten Gunung Kidul , hal ini berdasarkan pertimbangan bahwa wilayah ini termasuk daerah terkena bencana gempa pada tanggal 27 Mei 2006. Di salah satu desa di Gunungkidul yaitu Desa Pampang, Kecamatan Paliyan, terdapat sebanyak 200-an Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kerajinan perak. Pada tahun 2001, di Desa Pampang telah dibentuk kelompok pengrajin perak yang dinamakan kelompok "Mandaya Saloka". Kelompok ini memiliki anggota sebanyak 20 UMKM, dan diketuai oleh Ari Miharno. Kelompok inilah yang kami tetapkan sebagai binaan kegiatan Iptekda.

Pengertian kerajinan perak adalah kerajinan dan asesoris yang dibuat dengan bahan dasar perak. Proses pembuatan kerajinan perak UMKM calon binaan ini mulai dari awal sampai akhir melalui proses manual (*hand made*). Produk kerajinan yang dihasilkan UMKM berupa bahan benang perak dan barang kerajinan berupa gelang, kalung, giwang, cincin, dan asesoris. UMKM

ini pada umumnya hanya sebagai tukang pengrajin perak saja. Mereka memproduksi kerajinan perak karena memperoleh pesanan. Pesanan pada umumnya dari para pengusaha di Yogya, UMKM memperoleh bahan perak mentah dari pemesan, sedangkan peralatan yang digunakan miliknya sendiri. Dengan sistem seperti ini, UMKM menghadapi **masalah utama**, yaitu mereka hanya menerima upah ongkos pembuatan saja yang besarnya sangat ditentukan oleh pemesan / pemilik modal. Disamping itu, **masalah kedua** bahwa UMKM kekurangan modal untuk memproduksi sendiri. Sedangkan **masalah ketiga**, belum ada UMKM yang memiliki merk dagang/usaha. Sehingga para konsumen lebih mengenal merk dagang pengusaha yang sebenarnya menjual produk UMKM itu daripada mengenal UMKM yang justru pembuatnya.

Permasalahan lainnya di UMKM Kerajinan Perak adalah belum munculnya jiwa wirausaha/*entrepreneurship* sehingga masih enggan untuk mencari pasar lainnya. Tingkat pendapatan UMKM yang rendah, minimnya akses pengembangan usaha menyebabkan UMKM stagnan / jalan di tempat.

1)

2)

3)

II. Tujuan

Tujuan kegiatan ini yaitu meningkatkan pendapatan UMKM kerajinan perak, melalui perluasan jaringan pemasaran dan pengembangan desain produk.

III. Tinjauan Pustaka

Sejak pertengahan dasawarsa 80-an ekonomi Indonesia ditopang oleh perusahaan-perusahaan berskala besar yang berkecimpung dalam berbagai sektor. Menurut laporan badan PBB untuk Perdagangan dan Pembangunan (*UNCTAD, United Nation Commision for Trade and Development*) peran sektor usaha kecil di Indonesia dan Filipina masih sangat kurang dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara. (H.Karjantoro, 2002).

Walaupun demikian, kondisi ini tidak berarti bahwa sektor usaha kecil memiliki peran yang sangat kecil dalam keseluruhan pembangunan ekonomi bangsa. Data yang lain justru menunjukkan kenyataan sebaliknya. Pada tahun 1988, jumlah pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) mencapai 99,8% dari total pelaku ekonomi kita, sementara sisanya, yaitu hanya 0,2 % merupakan pelaku usaha besar. Dengan demikian mayoritas pelaku ekonomi kita adalah usaha kecil dan menengah. Di samping itu, sektor ini juga menyerap 88,3% total angkatan kerja Indonesia. Dari keseluruhan unit usaha kecil, 54 % diantaranya bergerak di sektor pertanian, 23 % di sektor perdagangan dan 10,6 % adalah unit usaha industri olahan. **Dari sisi inilah pentingnya melakukan pemberdayaan usaha kecil di Indonesia.**

Tabel 1
Struktur Ekonomi Indonesia

Parameter	UKMK	Usaha Besar
Jumlah	99,8%	0,2%
Kontribusi terhadap PDB	39,8%	60,2%
Pangsa Pasar	20%	80%
Pertumbuhan Ekonomi	16,4%	83,6%
Penyerapan Tenaga kerja	99,6%	0,4%

Sumber : Data BPS terolah (1998)

UKMK : Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi

Tabel 1 menunjukkan bahwa UKMK menyerap tenaga kerja dengan prosentase yang sangat besar yaitu 99,6% dibandingkan dengan usaha besar. Sehingga upaya

mengembangkan sektor usaha kecil merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari keseluruhan proses pembangunan ekonomi bangsa Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Masyarakat (LM) – FEUI tahun 2001, masalah yang dihadapi oleh usaha kecil dalam mengembangkan usaha bukanlah hanya permodalan, tetapi juga berkaitan dengan aspek lain. **Dari sisi aspek manajemen, LM – FEUI menemukan sejumlah masalah antara lain :**

1. Kurang mampu mempertahankan mutu
2. Kurang membina saluran informasi mengenai usahanya
3. Kurang membuat catatan secara tertib
4. Tidak membuat perencanaan secara tertulis
5. Sangat tergantung pada pelanggan dan pemasok sekitarnya
6. Kurang mampu membina hubungan dengan perbankan

Survei yang dilakukan oleh BPS menemukan sejumlah kendala yang dihadapi usaha kecil dalam mengembangkan usahanya. Kendala tersebut adalah permodalan, pemasaran, pengadaan bahan baku, teknis produksi dan persaingan pasar, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 2 berikut ini :

Tabel 2
Kendala Yang Dihadapi Usaha Kecil

Jenis Kesulitan	IKR	IK
1. Kesulitan modal	40,48%	36,63%
2. Pengadaan bahan baku	23,75%	16,76%
3. Pemasaran	16,96%	4,43%
4. Produksi dan manajemen	3,0%	26,89%
5. Persaingan lainnya	15,74%	17,36%

Sumber : Data terolah dari BPS (1998)

IKR : Industri Kecil Rumah Tangga ;

IK : Industri Kecil

Tujuan pengembangan industri kecil adalah pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Industri kecil menengah (IKM) memiliki manfaat sosial yang sangat berarti bagi perekonomian, yaitu :

1. Menciptakan peluang berusaha yang luas dengan pembiayaan yang relatif murah
2. Meningkatkan dan memobilisasi tabungan domestik
3. Mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri besar

4. Lokasi IKM yang tersebar, memungkinkan produk yang dihasilkan mudah dijangkau oleh masyarakat.

Definisi Usaha Kecil Menengah

Ada dua definisi usaha kecil yang dikenal di Indonesia. **Pertama**, definisi usaha kecil menurut *Undang – Undang No.9 Tahun 1995* tentang Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp. 1 miliar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, paling banyak Rp.200 juta (Sudisman dan Sari,1996).

Kedua, menurut kategori BPS, usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. BPS mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu

1. Industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang
2. Industri kecil dengan pekerja 5-19 orang
3. Industri menengah dengan pekerja 20 - 99 orang
4. Industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih (BPS,1999)

IV. Pelaksanaan Teknis

Pelaksanaan teknis kegiatan di lapangan yaitu sebagai berikut;

1. Dana investasi tahap I telah diserahkan kepada ketujuh UK melalui ketua kelompoknya pada tanggal 7 April 2007. Dana investasi tahap II telah diserahkan kepada ketujuh UK melalui ketua kelompoknya pada tanggal 20 Agustus 2007. Ketentuan perguliran dana investasi yaitu dana dikembalikan kepada Yayasan dalam bentuk uang dengan jangka waktu selama 15 kali angsuran setiap bulan dengan tambah bunga sebesar 1% per bulan dan tenggang waktu angsuran selama dua bulan.
2. Dana investasi tahap I sebesar Rp.27.000.000,- digunakan untuk pembelian alat dan bahan perak acir. Sedangkan dana investasi tahap II, sebesar Rp.27.000.000,- digunakan untuk pembelian bahan perak acir.
3. Pengadaan maupun perbaikan peralatan proses produksi membuat kerajinan perak dan pembelian bahan baku, agar mereka mampu memproduksi kerajinan perak yang hasilnya dijual sendiri.
4. Mendampingi UMKM untuk memperluas jaringan pemasaran. Tahapan kegiatannya

menghitung biaya produksi, harga dasar, dan harga jual; menjalin mitra pasar dengan beberapa calon mitra potensial di Solo, Jakarta dan di Bali.

5. Tim Pelaksana mendampingi UMKM dalam mencatat setiap transaksi harian dalam aliran kas / *cash flow* bulanan.
6. Mendampingi UMKM dalam mengembangkan desain-desain inovatif yang sesuai dengan selera konsumen kelas menengah dan atas. Tahapan pelaksanaannya, Tim Pelaksana berdiskusi dengan UMKM tentang semua produk yang telah dibuat, menggali desain-desain yang diinginkan UMKM; Tim membuat berbagai desain yang inovatif; Tim bersama UMKM membahas desain dan memilih desain yang akan dibuat modelnya; kemudian UMKM membuat modelnya.

V. Pelaksanaan Usaha Dan Perkembangannya

Perkembangan usaha pengrajin perak binaan sampai saat ini yaitu :

1. UMKM dapat membuat catatan keuangan harian dalam setiap transaksi
2. UMKM dapat menghitung biaya pokok produksi, biaya pemasaran, harga jual dan margin keuntungan yang diharapkan.
3. UMKM mempunyai berbagai desain baru yang inovatif hasil kegiatan pengembangan desain. Desain baru tersebut terdiri dari desain perhiasan yang dimodifikasi dengan batu dan permata, Desain baru dari sampel produk lain yang berbahan tidak sama/non-perak dan penyempurnaan desain lama yang dianggap kurang laku di pasar. Desain baru tersebut adalah : Gelang, kalung panjang untuk wanita yang menggunakan jilbab, cincin dengan permata, bros dengan permata, liontin dengan permata dan bros logo LIPI.
4. Memiliki desain kemasan baru dengan merek "Mandaya Silver".
5. Kemasan produk menjadi lebih baik dari sebelumnya.
6. UMKM mendapat pasar di wilayah Surakarta melalui Yayasan PIKMI dengan total penjualan selama bulan April – Nopember 2007 senilai Rp.7.500.000,-
7. UMKM dapat mencari pasar sendiri di Kotagede dengan menjual produknya dan telah mendapat order pertama pada bulan Nopember 2007.

8. Perlahan – lahan mulai timbul jiwa wirausaha dari UMKM Perak melalui berbagai diskusi yang kami lakukan.

VI. Rincian Penggunaan Dana Investasi

Rincian penggunaan dana investasi adalah sebagai berikut di Tabel 3.

Tabel 3
Dana Alih Teknologi dari Program Iptekda

No	Uraian	Jumlah Satuan	Harga Satuan	Total Biaya
1	Patar	7	75.000	525.000
2	Blower	1	750.000	750.000
3	Gembosan	7	25.000	175.000
4	Tanggem	7	95.000	665.000
5	Timbangan	6	1.200.000	7.200.000
6	Pembelian bahan	4.600 gr	3.845	17.685.000
7	Pembelian bahan tahap 2	6.750 gr	4.000	27.000.000
	Total			54.000.000

VII. Dampak Yang Sudah Terlihat

No.	Sebelum Kegiatan Iptekda	Sesudah Kegiatan Iptekda
1.	Desain bersifat konvensional	Desain lebih inovatif, yaitu : perpaduan batu dan permata pada produk perak, logo LIPI pada bross , kalung panjang untuk wanita yang berjilbab.
2.	Kualitas produk belum maksimal	Kualitas produk lebih baik, misal : peniti pada bross lebih kuat dan tidak mudah patah.
3.	Belum mempunyai kemasan produk	Mempunyai kemasan dengan merek "Mandaya Silver"
4.	Belum melakukan catatan administrasi dan pembukuan.	Dapat membuat catatan administrasi dan pembukuan sederhana
5.	Mengandalkan pesanan dari Kotagede (hanya sebagai "tukang") atau belum mempunyai pasar yang lainnya.	Omzet meningkat melalui peningkatan penjualan dan perluasan area pemasaran meliputi wilayah : Solo, Semarang dan Temanggung. Pemasaran dilakukan melalui : direct selling, pameran dan promosi melalui surat kabar
6.	Jiwa wirausaha UKM masih lemah. Selama ini hanya sebagai "tukang" dari pengusaha perak di Kotagede	UKM mulai meningkat jiwa wirausahanya dengan mencari pasar sendiri . Bulan Nopember 2007 UKM mendapat order dari wilayah Yogyakarta

VIII. Prospek Dan Tanggung Jawab Lembaga Pelaksana Pasca Kegiatan

Pada dasarnya kerajinan perak cukup diminati masyarakat, khususnya kaum perempuan. Adanya kegiatan IPTEKDA sangat dirasakan manfaatnya oleh UKM Perak, seperti yang dikemukakan koordinator UKM (Ari Miharno) bahwa UKM Perak binaan terjadi peningkatan kinerja usaha yang meliputi : desain, kemasan, kualitas produk, manajemen dan perluasan pasar.

Yayasan PIKMI beserta FKIP UNS akan terus memantau perkembangan usaha UKM Perak binaan dan berusaha membantu manajemen dan pemasaran pasca

kegiatan. Perguliran dana lebih bersifat fleksibel, apabila UKM mendapat order dan kekurangan modal maka Yayasan PIKMI dapat memberikan pinjaman sewaktu-waktu dengan jangka waktu yang diinginkan UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anak Suryo.2006. Akuntansi Untuk UKM. Yogyakarta : Penerbit Media Pressindo
- BPS.2003. *Kabupaten Gunungkidul Dalam Angka 2003*. Statistik Kabupaten Gunungkidul.
- BPS.1998. *Profile UKM Indonesia 1998*. Statistik Nasional dalam Karjantoro.
- Faisal Basri.1995. *Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI : Distorsi, Peluang dan Kendala*. Jakarta : Erlangga.
- Irsan Azhary Saleh.1992. *Industri Kecil : Sebuah Tinjauan dan Perbandingan*. Jakarta : LP3ES.