

LAPORAN AKHIR PENELITIAN



ANALISIS PENGEMBANGAN DIMENSI UKM POTENSIAL DAN MODEL STIMULAN BAGI UKM DI INDUSTRI BATIK PEKALONGAN JAWA TENGAH

Tim Pengusul

Yulekhah Ariyanti. S.E., M.M

UNIVERSITAS WAHID HASYIM SEMARANG

2016

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENELITIAN

- Judul Penelitian : Analisis Pengembangan Dimensi UKM potensial dan Model Stimulan Bagi UKM di Industri Batik Pekalongan Jawa Tengah
1. Ketua Peneliti
- a. Nama Lengkap : Yulekhah Ariyanti, S.E., M.M.
 - b. NPP : 03.05.1.0132
 - c. Pangkat dan Jabatan : III B / Asisten Ahli
 - d. Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi
2. Anggota Peneliti :
3. Biaya Penelitian : Rp : 3.500.000., (*Tiga Juta Limaratus Ribu Rupiah*)

Semarang,

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi Unwahas



Drs. Umar Chadiq, S.E., M.M.
NIDN. 0016045909

Ketua Peneliti

A black ink signature of Yulekhah Ariyanti, S.E., M.M. NPP. 03.05.1.0132.

Yulekhah Ariyanti, S.E.,
M.M. NPP.
03.05.1.0132

Menyetujui,
Ketua LPPM Universitas Wahid Hasyim



Dr. Ifada Retno Ekaningrum, S.Ag, M.Ag
NPP. 03.05.1.0142

SURAT TUGAS

Nomor..... /D.08/UWH/II/2016

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang, memberi tugas kepada:

NO.	NAMA	NPP/NIM	JABATAN
1.	Yulekhah Ariyanti., S.E., M.M	03.05.1.0132	Asisten Ahli / III B

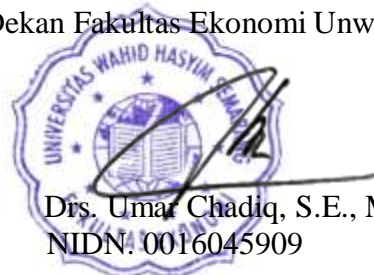
Untuk melakukan penelitian “Analisis Pengembangan Dimensi UKM potensial dan Model Stimulan Bagi UKM di Industri Batik Pekalongan Jawa Tengah” pada:

Hari/Tanggal : Selasa-Kamis, 14-16 Februari 2016

Demikian surat tugas ini Kami buat, mohon dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Semarang, 6 Februari 2016

Dekan Fakultas Ekonomi Unwahas



Drs. Umar Chadiq, S.E., M.M.
NIDN: 0016045909

ANALISIS PENGEMBANGAN DIMENSI UMKM POTENSIAL DAN MODEL STIMULAN BAGI UMKM DI INDUSTRI BATIK PEKALONGAN JAWA TENGAH

Yulekhah Ariyanti
Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim

ABSTRACT

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) are building the economy of Indonesia, which accounted for nearly 95% of the number of businesses in Indonesia with the majority classified as household industries. Viewed in terms of quantity of UMKM is reasonable if it has great contribution in the national economy. The present study is oriented to the discovery of quality grade formulation of UMKM, UMKM regrouping which is based on the real problems faced by UMKM and the findings of the initial effective stimulant for the development of UMKM. The object of research conducted in Pekalongan batik centers, with the number of respondents were 58 UMKM. Data collection techniques with menggukan survey through questionnaires with open-ended questions, and with interviews with respondents. The results showed that the respondents (UMKM Batik Pekalongan) grouped into three categories of four health categories of UMKM, namely: (1) 2 UMKM included in category A (excellent), 36 UMKM included in category B (good) and 15 UMKM included in the category C (pretty good). In addition, this study also found regrouping UMKM in accordance with health (quality grade) and the specific problems faced by UMKM. Other research results obtained are formulated type of initial effective stimulant and also as a starting point for further research stage, in order to be validated and adapted to the UMKM contextually targeted to be more effective.

Key word: QUALITY Grade, UMKM, Regrouping, Stimulant

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bangunan perekonomian Indonesia yang jumlahnya mencapai hampir 95% dari jumlah usaha di Indonesia dengan mayoritas tergolong industri rumah tangga. Sebagai industri yang memiliki potensi besar, khususnya daya dukung dalam peningkatan PDRB dan daya tampung angkatan kerja, maka menjadi kekuatan besar (potensi besar) dalam menyumbangkan kekuatan perekomian daerah, mengingat basis UMKM tersebut berada di daerah.

Namun demikian, sebagai bentuk usaha kecil, UMKM memiliki risiko inheren dan klasik dan cukup krusial pemecahannya. Terdapat berbagai persoalan mendasar dibalik kebesaran unit usaha UMKM, seperti pendanaan, manajemen, pemasaran, teknik produksi, investasi serta

berbagai persoalan psikologis terkait dengan sikap kewiraswastaan (*entrepreneurship*) yang mereka miliki. Disamping beberapa persoalan tersebut, terdapat kecenderungan umum UMKM di beberapa daerah, seperti pendiriannya cenderung musiman, dadakan, tidak dibekali dengan studi kelayakan yang cukup, dan tidak terencana. Hal ini seringkali menghambat perkembangan UMKM menjadi usaha yang besar dan sehat. Persoalan mendasar tersebut, pada dasarnya telah diketahui Pemerintah dan pihak-pihak yang peduli terhadap UMKM. Mereka telah melakukan serangkaian tindakan lewat berbagai pola pemberdayaan, seperti peluncuran paket bantuan dan pendampingan. Meskipun telah banyak membantu, sering dijumpai bahwa hasil yang didapat belum maksimal sebagaimana yang diharapkan.

Berbagai bentuk dan pola stimulasi telah coba diberikan kepada UMKM tertentu yang dianggap potensial dan menjadi binaan. Namun seringkali bantuan stimulan yang dikucurkan tersebut menguap dan bahkan tak berdampak pada hasil pembinaan. Terdapat berbagai faktor yang perlu diperhitungkan pada saat memberikan stimulan yaitu faktor kontekstual dan spesifikasi persoalan yang ada para UMKM sasaran.. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian untuk menemukan dimensi *Quality Grade* dan Model konstruksi stimulan spesifik dan efektif untuk pengembangan UMKM “pengrajin batik Pekalongan” menuju UMKM yang berkembang dengan tata kelola yang baik. Penelitian kali ini mencoba mengangkat persoalan mendasar tentang tipologi dimensi kesehatan UMKM Batik di Pekalongan, sekaligus menganalisis potensi UMKM dengan berbagai dimensi kontekstual yang selanjutnya dianalisis prospek UMKM dalam mendukung menemukan tipologi stimulasi dimasa datang.

1.2. Masalah Penelitian

Sebagaimana telah dinyatakan dalam bagian sebelumnya, bahwa sesungguhnya UMKM, termasuk UMKM Batik di Pekalongan, merupakan potensi besar bagi perekonomian daerah dan mendukung perekonomian nasional. Namun UMKM juga mengalami berbagai kelemahan dan kendala krusial dalam rangka pengembangan kedepan. Untuk itu perlu perumusan dimensi kesehatan UMKM yang berbasas pada kontekstual kebutuhan UMKM, sesuai dengan *Quality grade* dan perumusan stimulan efektif. Atas dasar uraian tersebut maka rumusan masalah yang perlu dijawab dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah formulasi dimensi-dimensi kualitas (*Quality Grade*) yang sesuai untuk UKM batik?

2. Bagaimana menilai kualitas kesehatan dan kelayakan UKM batik guna menemukan pengelompokan (*regrouping*) UKM sesuai persoalan yang dihadapi (*specific problem*) atas dasar *quality grade* masing-masing UKM?
3. Bagaimana menemukan dan memformulasikan berbagai tipologi stimulan efektif bagi UKM kerajinan batik untuk pengembangan usaha UKM sesuai *specific problem* yang dihadapi tersebut?

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian dan Karakteristik Usaha Kecil

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan Pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah : Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU ini digolongkan berdasarkan jumlah aset dan Omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha.

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Melihat batasan tersebut diatas, UMKM merupakan bangun perekonomian baik bersifat formal maupun informal yang sangat meyeentuh pada pada masyarakat ditingkat bawah. Disamping itu, menurut temuan penelitian, bahwa dalam rangka meningkatkan usaha, UMKM banyak mengalami kesulitan dan kendala. Hal seperti itu sering terjadi, karena jika dilihat dari

karakteristik UMKM ternyata banyak kelemahan mendasar dan bahkan banyak yang bersifat alamiah. Secara umum karakteristik kelemahan usaha kecil, meliputi:

1. Sistem pembukuan masih sangat lemah, bahkan cenderung tidak mengikuti kaidah pembukuan yang distandarkan
2. Margin kontribusi cenderung kecil, mengingat persaingan yang sangat ketat.
3. Modal terbatas
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas
7. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya.

2.2. Pola Pembinaan Usaha Kecil dan Rumah Tangga

Pembinaan dan pemberdayaan UMKM telah diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Kecil. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa Pemerintah menumbuhkan iklim usaha bagi Usaha Kecil melalui penetapan peraturan perundang-undangan dan kebijaksanaan meliputi aspek:

a. pendanaan;

- a) memperluas sumber pendanaan;
- b) meningkatkan akses terhadap sumber pendanaan;
- c) memberikan kemudahan dalam pendanaan.

b. persaingan;

- a) meningkatkan kerja sama sesama UMKM dalam bentuk koperasi, asosiasi, dan himpunan kelompok usaha untuk memperkuat posisi tawar UMKM;
- b) mencegah pembentukan struktur pasar yang dapat melahirkan persaingan yang tidak wajar dalam bentuk monopoli, oligopoli, dan monopsoni yang merugikan UMKM;
- c) mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang-perseorangan atau kelompok tertentu yang merugikan UMKM.

c. prasarana;

- a) mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan UMKM;
 - b) memberikan keringanan tarif prasarana tertentu bagi UMKM
- d. informasi;
- a) membentuk dan memanfaatkan bank data dan jaringan informasi bisnis;
 - b) mengadakan dan menyebarkan informasi mengenai pasar, teknologi, desain, dan mutu.
- e. kemitraan;
- a) mewujudkan kemitraan;
 - b) mencegah terjadinya hal-hal yang merugikan UMKM dalam pelaksanaan transaksi usaha dengan Usaha Menengah dan Usaha Besar.
- f. perizinan usaha;
- a) menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan dengan mengupayakan terwujudnya sistem pelayanan satu atap;
 - b) memberikan kemudahan persyaratan untuk memperoleh perizinan
- g. perlindungan.
- a) menentukan peruntukan tempat usaha yang meliputi pemberian lokasi di pasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi pertambangan rakyat, dan lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima, serta lokasi lainnya;
 - b) mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta mempunyai nilai seni budaya yang bersifat khusus dan turun temurun;
 - c) mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan UMKM melalui pengadaan secara langsung dari UMKM;
 - d) mengatur pengadaan barang atau jasa dan pemborongan kerja Pemerintah;
 - e) memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan

Djabaruddin Djohan (1994) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa dalam rangka pengembangan UMKM lewat pemberian stimuli perlu merumuskan (1) rumusan pengertian usaha kecil berdasarkan “*quality grade*” untuk lebih memudahkan dalam pembinaan

dan pengembangan; (2) perlu adanya kesepakatan mengenai pola pembinaan yang tepat terhadap usaha kecil/sector informal, secara individual atau kooperatif, vertikal atau horisontal, dan sektoral atau fungsional; (3) perlu kesepakatan adanya pola kemitraan yang berorientasi bisnis bukan *vertical charity*; (4) pola permodalan bagi usaha kecil/sector informal dapat berbentuk pola perkreditan umum, *leasing*, *factoring* atau *capital ventura*.

2.3. Dimensi – Dimensi Kualitas

UMKM merupakan unit usaha yang banyak mendominasi berbagai sector usaha. Dilihat dari karakternya, UMKM memiliki kekhususan dibandingkan dengan perusahaan berskala besar. Hal itu dapat dilihat baik dari sisi kemampuan manajemen, keuangan, pemasaran, jaringan produksi, teknik produksi, informasi serta sikap kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik dan pengelolannya. Untuk itu, dalam rangka pengembangan usaha berskala kecil dan menengah tersebut, perlu penanganan secara khusus dari banyak pihak terutama dari pemerintah selaku pihak yang memiliki kompetensi otoritas.

Terkait dengan teknik pengembangan pengelolaan suatu usaha yang berkualitas, *Total Quality Management* memberikan acuan dasar pengelolaan suatu organisasi. *Total Quality Management* merupakan penerapan metode kuantitatif dan pengetahuan kemanusiaan untuk (1) memperbaiki material dan jasa yang menjadi masukan organisasi; (2) memperbaiki semua proses penting dalam organisasi; dan (3) memperbaiki upaya memenuhi kebutuhan para pemakai produk dan jasa masa kini dan di waktu yang akan datang (Hardjosoedarmo, 1999).

Sedang beberapa parameter dimensi kesehatan perusahaan menurut kaidah *Good Corporate Governance* terbagi atas; (1) aspek keuangan yang merupakan aspek kinerja suatu perusahaan yangunjukkan dalam laporan keuangan dengan yang dicerminkan dalam berbagai rasio keuangan; dan (2) aspek non keuangan seperti; (a) aktivitas internal operasional; (b) *intellectual capital* dan pembelajaran perusahaan; (b) inovasi; (c) kualitas produksi/jasa; (d) hubungan dengan investor/kreditor; (e) hubungan dengan pelanggan; (f) hubungan dengan *partners & stakeholders*; (g) *public relation* dan (h) praktek keamanan lingkungan & keselamatan kerja (Marwah M. Diah, 2006).

Kualitas suatu usaha ditentukan pula dari kelayakan usaha. Kelayakan usaha inilah yang menentukan keberlanjutan usaha ke depan, termasuk pertumbuhan dan profitabilitas yang berkelanjutan. Untuk itu jika menilai kualitas usaha tidak dapat dilepaskan dari aspek-aspek kelayakan usaha. Termasuk aspek-aspek kelayakan usaha biasanya akan dianalisis dalam aspek

pasar/pemasaran, operasional, manajemen/SDM, Keuangan, Sosial-ekonomi-politi, hukum, dan lingkungan.

2.4. Model-Model Ukuran Kinerja (*Quality Grade*)

Banyak model-model pengukuran kinerja yang dapat dijadikan untuk melakukan *quality grade* yang telah dibuat oleh para ahli, seperti Balance Scorecard dari Harvard University (Kaplan dan Norton, 1996), *Integrated Performance Measurement System* (IPMS) dari *Centre for Strategic Manufacturing*, University of Strathclyde (Bititci et al 1997), dan SMART System dari Wang Laboratory, Inc Lowell, Massachusetts (Galayani and Noble, 1998).

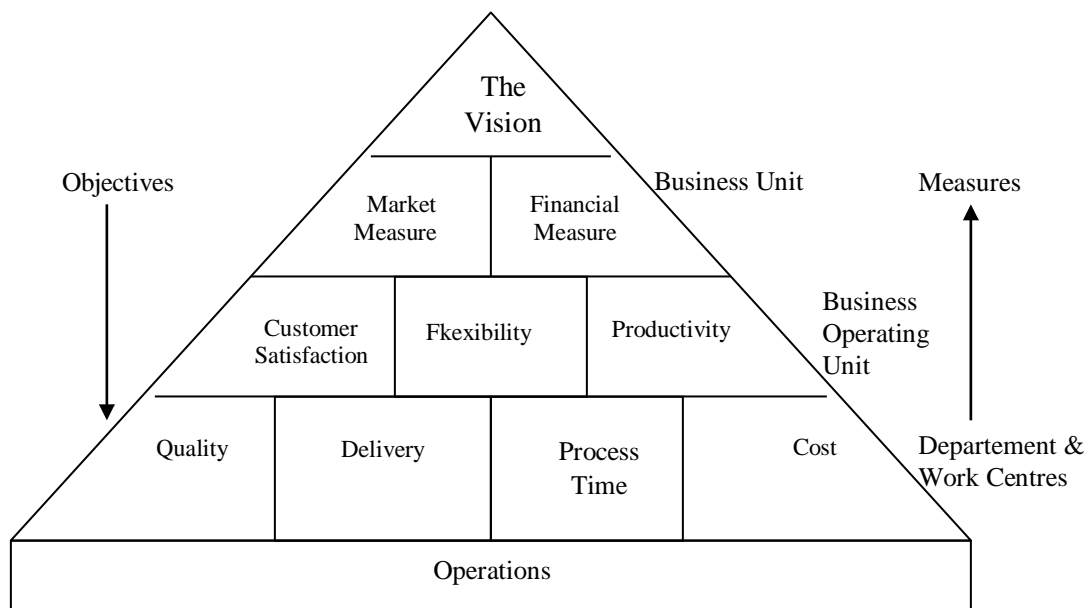
Balance Scorecard merupakan model yang paling sering digunakan untuk sistem pengukuran kinerja dibanyak perusahaan. Kerangka berpikir sistem penilaian kinerja berbasis Balance Scorecard umumnya menggunakan empat perspektif ukuran kinerja dengan titik awal pada strategi sebagai dasar perancangannya. Adapun keempat perspektif tersebut meliputi: financial perspective; customers perspective, internal business process perspective, dan learning and growth perspective. Keterkaitan antar perspective dan ukuran kinerja dinyatakan dengan Cause-and-effect relationship, dimana terjadi kulminasi kinerja pada financial perspective (Iwan Vanany & Agus Sugianto, 2007).

Integrated Performance Measurement System (IPMS) merupakan model sistem pengukuran kinerja yang dikembangkan dengan tujuan agar ukuran kinerja lebih terintegrasi dan efisien (Iwan Vanany & Agus Sugianto, 2007). Berbeda dengan *Balance Scorecard*, model ini menjadikan keinginan *stakeholders* menjadi titik awal dalam melakukan perancangan sistem pengukuran kinerja. *Model Integrated Performance Measurement System* (IPMS) memiliki kelebihan yang mana desain perspektif ukuran kinerjanya didasarkan pada *objective strategic*. Dengan pijakan strategic objective tersebut, diharapkan dapat menunjang operasi organisasi. Susunan strategic objective didesain sebagaimana tingkatan dalam manajemen perusahaan manufaktur sehingga tersusun sebagaimana piramida.

SMART System (*Strategic Management Analysis and Reporting Technique*) merupakan sistem yang dikembangkan oleh Wang Laboratory, Inc, Massachusetts, yang mana dalam model ini mencoba mengkolaborasi secara integrasi antara aspek *financial* dan *non financial*. Pada dasarnya, model ini didesain untuk merespon keberhasilan perusahaan dalam penerapan *Just in Time*, sehingga fokusnya lebih mengarah kepada operasional setiap departemen dan fungsi dalam

suatu organisasi. Dalam SMART, strategi objektif perusahaan diperoleh dari penjabaran visi, misi dan fungsi bisnis unit yang utama yaitu *financial* dan pasar (*market*). Keberhasilan kinerja keuangan dan pasar perlu didukung kemampuan perusahaan untuk mendapatkan pemuasan konsumen (*customer satisfaction*), fleksibilitas produksi (*flexibility*), dan kemampuan memproduksi yang efisien dan efektif (*productivity*) (Iwan Vanany & Agus Sugianto, 2007). Level terakhir yang perlu dilakukan oleh masing-masing departemen adalah bagaimana produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik (*quality*), kecepatan proses produksi dan pengiriman produk (*delivery*), waktu proses yang semakin pendek (*process time*), dan biaya yang murah (*low cost*).

Gambar 2.1
Model SMART System
 The Performance Pyramid



Dari berbagai perspektif ukuran kinerja tersebut dapat dijadikan sebagai dasar untuk menentukan *quality grade*, dengan melakukan kolaborasi dan penyesuaian konteks UMKM. Untuk itu perlu rekonstruksi ulang pada tataran indikator (*key indicators*) yang merupakan operasionalisasi dimensi-dimensi yang dimiliki UMKM.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Untuk menemukan pengembangan dimensi kualitas UMKM dan sekaligus menemukan potret UMKM potensial yang dapat dikembangkan dengan sentuhan stimulan, maka penelitian lebih bersifat deskriptif eksploratif. Deskriptif eksploratif dimaksudkan untuk menemukan deskripsi UMKM Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan dengan berbagai dimensi (*key success indicators*) yang telah dikembangkan. Selanjutnya dilakukan analisis mendalam lewat *content analysis* ke dalam berbagai kriteria kualitas sehingga dapat ditentukan skor kualitas dan kesehatan. Atas dasar skor tersebut selanjutnya dijadikan pijakan untuk menentukan kualitas UMKM yang potensial dikembangkan dengan stimulan yang sesuai.

3.2. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Data primer; Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari jawaban responden yang didapatkan dengan teknik wawancara ataupun pengisian kuesioner yang dilakukan mandiri oleh pengusaha batik. Keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 58 UMKM responden.
2. Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari studi literatur, baik dari penelitian terdahulu, surat kabar, internet, termasuk data-data lain yang telah diolah dari pemerintah Kota dan Kabupaten Pekalongan.

3.3. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini diambil tujuh (7) variabel penelitian, yang mencerminkan permasalahan, kinerja, kelayakan usaha, dan pentingnya variabel tersebut terhadap pengembangan potensi UMKM. Variabel-variabel tersebut adalah Legalitas, Pemasaran, Manajemen & administrasi, Jaringan usaha, Produksi, Keuangan & Permodalan, dan SDM.

Variabel-variabel ini kemudian dijelaskan dengan berbagai dimensi-dimensi yang mencerminkan operasional variabel. Kemudian dijabarkan dalam indikator-indikator kunci yang dipilih, terkait, dan dapat dinilai untuk melihat kinerja dan permasalahan UMKM Batik.

Untuk mengukur tingkat indikator-indikator kunci dilakukan dengan metode dan skala penghitungan dengan penilaian maksimal untuk tiap variabel adalah 10. Penilaian ini dilakukan dengan menilai jawaban responden pada tiap dimensi melalui indikator-indikatornya. Nilai ini

digunakan untuk melakukan *regrouping* UKM batik sesuai dengan permasalahan dan kinerja yang dicapai, yang tercermin dari jawaban para responden terhadap pertanyaan dalam instrumen penelitian.

Untuk melihat pembagian variabel ke dalam masing-masing dimensi dan indikator-indikator kunci serta metode atau skala penilaiannya dapat dilihat dari Tabel 4.1.

Tabel. 3.1

Variabel	Dimensi	Key Performance Indicators	Metode / Skala penilaian
Legalitas	Kepemilikan perijinan/ legalitas terkait usaha	(a)Kepemilikan SIUP (b)Kepemilikan NPWP (c)Kepemilikan Hak Merk (d)Kepemilikan Paten/HaKI (e)Lainnya	• Tiap kepemilikan ijin, nilai = 2 poin
Pemasaran	Wilayah Pemasaran	(a) Satu wilayah (pekalongan) (b) Propinsi (Jawa Tengah) (c) Pulau (Jawa) (d) Nasional (e) Internasional (eksport)	• (a) dan (b) = 1 • (c) dan (d) = 2 • (e) = 3
	Omset/ nilai penjualan	(a) Cenderung naik (b) Cenderung turun (c) Tetap (d) Tidak tahu	• (a) = 2 • (b) = 0 • (c) = 1 • (d) = 0
	Jenis promosi & metode penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • Pameran • Web site / Internet • Media Cetak • Media Elektronik • Sales (tenaga penjual) • Toko/ counter • Mitra pemasaran di dalam Pekalongan • Mitra pemasaran di luar Pekalongan • Jenis Promosi dan metode penjualan lain 	<ul style="list-style-type: none"> • < 1 cara : 0 • < = 4 cara : 1 • > 4 cara : 2
	Kepemilikan merk	• Adanya merk sendiri (mandiri)	• 0-1
	Sistem pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> • Konsinyasi • Tunai • Transfer rekening • Giro • Bentuk lain; LC 	<ul style="list-style-type: none"> • <=1 cara : 0 • 2 cara : 1 • > 2 cara : 2

Manajemen dan administrasi	Pembagian kerja	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya pembagian kerja 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 – 1
	Pembukuan	<ul style="list-style-type: none"> (a) Adanya pembukuan (b) Adanya tenaga khusus pembukuan (c) Kesesuaian pembukuan dengan standar akuntansi (d) catatan Rugi-laba/Neraca (e) komputerisasi pembukuan/data 	<ul style="list-style-type: none"> • (a) = 1 • (b)& atau (c) dan atau (d) = 2 • (e) = 3
	Pengetahuan mengenai Harga Pokok	<ul style="list-style-type: none"> (a) mengetahui harga pokok (b) harga pokok tertulis (dijadikan pedoman) 	<ul style="list-style-type: none"> • (a) = 0-1 • (b) = 0-1
	Rencana Pengembangan Usaha	<ul style="list-style-type: none"> (a) keberadaan rencana pengembangan usaha (b) rencana yang tertulis 	<ul style="list-style-type: none"> • (a) = 0-1 • (b) = 0-1
	Rencana Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> • adanya anggaran usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • 0-1
Jaringan usaha	Bergabung dalam organisasi usaha	<ul style="list-style-type: none"> • Asosiasi / Organisasi usaha • Koperasi • Perkumpulan / paguyuban yang mendukung usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak = 0 • 1 jenis = 1 • 2 jenis = 2 • 3 atau lebih = 3
	Kerjasama dengan pengusaha lain dalam usaha	<ul style="list-style-type: none"> • Pengusaha batik lain • Pedagang Besar batik • Agen ekspor • Kerjasama dengan pengusaha jenis lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak = 0 • 1 jenis = 1 • 2 jenis = 2 • 3 atau lebih = 3
	Bantuan & dukungan dari pihak lain	<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah • BUMN • LSM/BDS/Konsultan UKM • Pihak lain yang mendukung 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak = 0 • 1 jenis = 1 • 2 jenis = 2 • 3 atau lebih = 3
Produksi	perkembangan terbaru teknologi produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti/ tidak mengikuti perkembangan teknologi 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 – 1
	Sumber bahan baku	<ul style="list-style-type: none"> a) Pabrik kain langsung b) Distributor/ pedagang besar kain c) Koperasi d) Sumber lain 	<ul style="list-style-type: none"> • (a) = 2 • (b), c, d, masing-masing + 1 (Maksimal 3)
	Kesulitan bahan baku	<ul style="list-style-type: none"> • Ada/ tidak kesulitan bahan baku 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 – 1
	Produk rusak	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat produk jadi yang rusak 	<ul style="list-style-type: none"> • <3% = 2 • 3-5% = 1 • > 5% = 0
	Keberadaan teknik penjaminan mutu	<ul style="list-style-type: none"> • Pengawasan bahan baku • Pengawasan proses produksi • Pengawasan alat produksi • Pengawasan barang jadi 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 – 1 = 0 • > 1 = 1

	Sumber desain batik	<ul style="list-style-type: none"> • permintaan konsumen/ pembeli • ciri khas perusahaan (desain sendiri) • tren pasar • produk pesaing • faktor lain 	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 sumber = 1 • Lebih dari 2 = 2
Keuangan & Permodalan	Sumber permodalan	(a) modal sendiri (b) kerjasama	<ul style="list-style-type: none"> • (a) = 1 • (b) = 2
	Adanya pembiayaan dari perbankan	(a) Ada pembiayaan dari perbankan (b) Tidak ada, tapi menginginkan (c) Tidak ada, tidak menginginkan	<ul style="list-style-type: none"> • (a) = 3 • (b) = 1 • (c) = 2
	Sumber pendanaan eksternal selain dari perbankan	(a) Koperasi (b) Perusahaan Negara (BUMN) (c) Pegadaian (d) Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM) Kelurahan (e) Sumber lain	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak = 0 • 1 jenis = 1 • 2 jenis = 2 • 3 atau lebih = 3
	Kesehatan keuangan	•	
SDM	Sistem target kerja	• Keberadaan target kerja karyawan	• 0-1
	Standar upah buruh	(a) Dibawah UMR (b) Sama dengan UMR (c) Di atas UMR	<ul style="list-style-type: none"> • (a) = 0 • (b) = 1 • (c) = 2
	mekanisme <i>reward and punishment</i> bagi kinerja karyawan	• Adanya mekanisme <i>reward and punishment</i>	• 0-1
	tingkat pendidikan karyawan	(a) Tidak lulus SD (b) Lulus SD (c) Lulus SMP (d) Lulus SMA (e) Diploma/Sarjana	<ul style="list-style-type: none"> • (a) & (b) = 0 • (c) = 1 • (d) = 2 • (e) = 3
	Adanya pelatihan bagi karyawan	(a) Ada atau tidak adanya pelatihan bagi karyawan (b) Diadakan secara rutin	<ul style="list-style-type: none"> • (a) = 0-1 • (b) = 0-1
	Adanya peraturan Perusahaan atau Perjanjian Kerja Bersama	• Adanya aturan yang disepakati bersama	• 0-1

Variabel, Dimensi, Key Performance Indicator, dan Metode/Skala Penilaian

3.4. Teknik Analisis Data

Pengungkapan dan pemahaman obyek penelitian dilakukan lewat penyebaran kuesioner dan wawancara. Adapun tahapan analisis deskriptif eksploratif hasil data penelitian ini, yang telah dilakukan adalah:

1. Melakukan editing dan tabulasi data berdasarkan jawaban responden
2. Melakukan penilaian terhadap tiap indicator untuk membuat penilaian tiap dimensi yang dilakukan pada tiap-tiap responden (UMKM Batik). Penilaian ini dilakukan untuk melakukan pengelompokan berdasarkan masalah dan potensi UMKM.
3. melakukan analisa baik secara kuantitatif maupun kualitatif pada tiap dimensi/aspek dan indicator kinerja kunci. Mengurai jawaban tersebut dalam tabel deskriptif untuk mudah dipahami
4. Menentukan kualifikasi kesehatan (*quality grade*) UMKM
5. Mengalisis secara mendalam untuk dilakukan *regrouping* UMKM sesuai dengan masalah yang dihadapi untuk ditemukan tipologi stimulasi yang relevan dengan mengadaptasikan teori yang telah ada

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Industri Batik Pekalongan

Sentra industri batik yang berada di Kota Pekalongan tersebar di seluruh wilayah. Beberapa sentra yang dikenal adalah Medono, Pasirsari, Pabean, Jenggot, Kradenan, Kauman, Buaran, Noyontaan, Kergon, dan Landungsari. Pembinaan yang telah dilakukan antara lain dengan perbantuan pemasaran dengan mengikutkan pada pameran, dan pendampingan/pelatihan. Permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha batik secara umum adalah cashflow mingguan. Biasanya para pengusaha ini membutuhkan cash money saat gaji yang biasanya dilakukan pada hari Kamis (Jum'at libur). Jika tidak ada dana, biasanya mereka akan menjual barangnya dengan harga cukup murah. Masalah lain yang dihadapi adalah produksi yang terkait dengan bahan dan teknologi produksi yang masih tradisional.

Saat ini hanya sebagian kecil dari sentra - sentra itu yang masih aktif karena perubahan zaman yang membawa perubahan gaya dalam berpakaian dan kemajuan teknologi sablon dan *printing* yang mulai dikenal awal tahun 70-an. Apalagi teknologi printing dengan menggunakan mesin modern telkah banyak diproduksi pula. Motif-motif dan kualitas Batik Pekalongan tetap

memiliki kekhasan dan keunggulan sendiri. Paduan warna dan motif seringkali lebih abstrak jika dibandingkan dengan motif batik daerah lain, termasuk Solo yang lebih modern dan murah. Namun demikian, masing-masing daerah sebenarnya memiliki kekhasan tersendiri, sedang perkembangan dan modifikasi tetap mengikuti perkembangan dan kebutuhan pasar.

4.2. Analisis Quality Grade

Analisis *Quality Grade* dimaksudkan untuk menemukan tingkat kualitas UKM yang menjadi responden dalam penelitian. Sebagaimana dijelaskan dalam landasan teori dan metode penelitian serta mengaju pada riset sebelumnya, bahwa *Quality Grade* dilihat dari 7 perspektif, dimana masing-masing perspektif dibagi menjadi beberapa key success performance indicators. Kelima perspektif yang dijadikan untuk penilaian *Quality Grade* adalah (1) perspektif legalitas; (2) perspektif pemasaran; (3) perspektif manajemen dan administrasi perusahaan; (4) perspektif jaringan usaha; (5) perspektif proses produksi perusahaan; (6) perspektif keuangan; dan (7) Perspektif Sumber Daya Manusia atau kepersonaliaan. Tabel 4.8 dibawah ini mendeskripsikan hasil analisis *Quality Grade* UMKM dalam penelitian kali ini:

Tabel 4.1
Hasil Quality Grade Responden (UKM Batik)

No	Responden	Leg	Pemsr	Mnj&Adm	Jrgn	Prd	Keu	SDM	jml	Grade
		QG	QG	QG	QG	QG	QG	QG		
1	Rossa Handycraft	40	80	56	56	90	72	72	466	B
2	Vini Batik	35	56	56	64	63	72	72	418	B
3	Masheila	35	64	56	56	63	72	64	410	B
4	PT. Kastolani Kasmuri	35	80	35	80	27	63	72	392	C
5	Batik Super SN	25	80	70	80	90	90	40	475	B
6	BTK Pipit Natural	50	80	70	80	90	90	80	540	B
7	Batik Gajah Suci	35	56	49	56	63	63	56	378	C
8	Batik Kislana aristik	35	0	35	48	81	72	64	335	C
9	Berlian Batik	35	72	63	56	72	81	56	435	B
10	Maulida	35	72	56	56	63	81	64		B

	Batik								427	
11	Batik SS	20	80	56	64	81	81	72	454	B
12	Khafidi's Batik	20	80	21	40	81	90	80	412	B
13	No Name	5	24	28	56	90	81	56	340	C
14	No Name	10	56	28	32	90	72	72	360	C
15	No Name	15	64	35	56	90	81	80	421	B
16	THS Tex	35	80	63	64	90	81	72	485	B
17	No Name	25	64	28	40	90	45	80	372	C
18	No Name	50	80	63	80	90	90	80	533	B
19	Dadi Mulya	0	0	0	0	0	0	0	-	-
20	huza Batik	0	64	70	72	90	90	80	466	B
21	CV. Raveena Batik G	0	80	70	48	90	90	80	458	B
22	CV. Trimitra Setia Usaha	0	0	0	0	0	0	0	-	-
23	Batik Putra Izzur	50	80	56	72	90	90	40	478	B
24	Batik Abadi	15	80	42	48	90	90	72	437	B
25	CV. Jacky batik	45	72	42	56	90	90	80	475	B
26	Batik Al Faris	0	0	0	0	0	0	0	-	-
27	Tobal Batik	40	80	63	80	81	81	80	505	B
28	Azkie Batik	50	80	56	72	90	90	40	478	B
29	Batik Khofsoh	0	0	0	0	0	0	0	-	-
30	Batik Revna	20	80	49	56	90	90	72	457	B
31	Batik Falah	20	80	56	72	81	81	80	470	B
32	Hasenda	20	64	49	56	72	72	64	397	C
33	Batik Arifin Putra	15	56	35	72	81	63	48	370	C
34	Batik Kunthus	15	48	28	64	72	81	64	372	C

35	Batik 3M	25	80	70	40	90	90	40	435	B
36	Batik Baro Jawatex	25	80	7	16	81	45	8	262	C
37	HS/Hasan Syafaah	35	72	28	72	81	45	64	397	C
38	Anggun	25	80	63	64	90	90	48	460	B
39	Pembuat batik selendang 1	5	48	21	64	90	63	64	355	C
40	Pembuat batik selendang 2	5	48	21	64	81	63	64	346	C
41	Pembuat batik selendang 3	5	48	42	72	81	90	64	402	C
42	Batik Mashar	35	64	42	56	81	72	64	414	B
43	Batik Rosalinda	30	72	28	72	90	90	72	454	B
44	Putri Jaya	25	72	49	72	90	90	72	470	B
45	No Name	25	80	35	64	90	90	72	456	B
46	Pembuat Batik Cap Jantung	5	48	28	64	81	90	72	388	B
47	Pembuat Batik Selendang	5	24	35	72	72	63	56	327	C
48	Batik Dynanda	25	56	49	80	81	90	72	453	B
49	Batik Huza	35	80	56	32	90	90	72	455	B
50	No Name	45	80	63	80	81	45	80	474	B
51	Batik Panji	50	80	70	80	90	90	72	532	A
52	Batik Mohan	45	80	49	72	90	90	80	506	B
53	Bati Pesisir	50	80	70	80	90	90	72	532	A
54	Batik Elisa	25	72	7	56	90	90	80	420	B
55	Batik SN	30	72	35	80	72	54	64	407	B
56	Pembuat Batik Selendang 4	5	56	42	64	90	90	72	419	B

57	Pembuat Batik Selendang 5	20	48	56	64	81	72	72	413	B
58	Pembuat Batik Selendang 6	30	56	56	72	81	81	80	456	B

4.3. Analisis Masalah UMKM Batik

4.3.1. Bidang Pemasaran

Hasil survey terhadap 58 responden tentang hal-hal yang selama ini menjadi *constrain* dan sekaligus menjadi problem lapangan UMKM batik Pekalongan dalam rangka pengembangan pemasaran usaha antara lain (lihat table. 4.2):

Tabel. 4.2
Masalah Yang Dihadapi Responden
Bidang Pemasaran

No	Permasalahan yang Dihadapi	Harapan Bantuan
1	Ketidak mampuan dalam persaingan harga	1. membuka jaringan pemasaran 2. sistem pengendalian dalam pemasaran 3. solusi konstruksi sistem transportasi yang meringankan 4. Solusi metode pemasaran yang efektif untuk UKM batik 5. bantuan pameran 6. Bantuan informasi murah 7. bantuan adanya asosiasi yang membantu pemasaran
2	Tidak mengetahui akses ekspor	
3	Mahalnya biaya untuk transportasi	
4	Ketergantungan terhadap musin	
5	Monotonitas motif yang dimiliki	
6	Harga bahan baku yang cenderung naik dan tak stabil	
7	Lemah sistem pengendalian pada <i>personal selling</i>	
8	Proses produksi lama, kurang efektif & efisien	
9	Kualitas kurang kompetitif	

4.3.2. Bidang Keuangan dan Permodalan

Hasil survey terhadap responden menunjukkan bahwa dalam bidang keuangan responden memiliki kelemahan dan sekaligus *constrain* dalam pengembangan usaha. Permasalahan empiris yang dihadapi UMKM batik Pekalongan, antara lain (lihat table 4.3)

Tabel 4.3
Masalah yang Dihadapi Responden
Bidang Keuangan

No	Permasalahan yang Dihadapi	Harapan Bantuan
1	Sering dibayar dengan menggunakan giro kosong	<ol style="list-style-type: none"> 1. pencarian sumber dana murah 2. bantuan solusi <i>bankcable</i> 3. pendampingan dan pelatihan manajemen keuangan 4. pelatihan dan pendampingan administrasi keuangan 5. solusi sumber pembiayaan yang tidak memberat 6. membantu membuka akses sumber dana dan bantuan dana murah
2	Tidak memiliki tenaga ahli dibidang keuangan	
3	Sering terjadi pembayaran mundur dari konsumen sehingga tidak mampu beli bahan baku	
4	Keterbatasan modal	
5	Pencatatan keuangan yang tidak baik	
6	Akses pembiayaan yang sangat terbatas	
7	Kurang <i>bankable</i>	
8	Keterbatasan modal kerja	
9	Ketergantungan terhadap pemberi order	

4.3.3. Bidang Kepersonaliaan

Pada bidang kepersonaliaan juga memiliki berbagai permasalahan relatif mendasar. Hal itu ditunjukkan dengan mayoritas karyawan responden yang hanya lulus SD dan bahkan terdapat karyawan yang tidak lulus SD, meskipun terdapat pula karyawan yang memiliki lulusan sampai diploma tetapi jumlah sangat sedikit. Melihat kenyataan seperti itu, khusus karyawan yang menangani masalah administrasi pembukuan menjadi masalah tersendiri. Hasil survey dan wawancara terhadap responden tentang kendala dan masalah yang dihadapi untuk dicarikan solusi dalam masa jangka pendek terlihat sebagaimana dalam tabel 4.4, berikut ini:

Tabel 4.4.
Masalah yang Dihadapi Responden
Bidang Kepersonaliaan

No	Permasalahan yang Dihadapi	Harapan Bantuan
1	Pegawai sering tidak disiplin	1. Membantu pendampingan dan pelatihan manajemen

2	Kerjasama tim dalam organisasi kurang	kepersonaliaan 2. melatih karyawan membuat perjanjian kerja 3. membuat pengendalian kualitas barang, khususnya kerja poccoan yang dibawa pulang 4. Pendampingan dan pelatihan cara membuat <i>job description</i> 5. Pembuatan struktur organisasi
3	Belum ada perjanjian kerja	
4	Hubungan kerja masih bersifat informal	
5	Karyawan kurang teliti dalam melaksanakan tugas	
6	Perpindahan tenaga kerja sangat tinggi	
7	Banyak pekerja sistem poccoan yang garapan dibawa kerumah sehingga sulit dalam pengawasan	

4.3.4. Bidang Administrasi

Sebagaimana telah dinyatakan dalam bagian terdahulu bahwa keterbatasan pendidikan dan tenaga *skill* berdampak pada kerapian, ketepatan dan kerapian dalam manajemen dan administrasi. Hasil survey dan wawancara terhadap responden terkait dengan kendala dan permasalahan yang dihadapi oleh responden dalam bidang manajemen dan administrasi, terlihat dalam table 4.5, berikut ini:

Tabel 4.5.
Masalah yang Dihadapi Responden
Bidang Manajmen & Administrasi

No	Permasalahan yang Dihadapi	Harapan Bantuan
1	Tak memiliki karyawan yang mempunyai skill dibidang administrasi dan manajemen	1. membantu dengan pendampingan dan atau pelatihan ke-administrasian 2. pelatihan administrasi berbasis komputer 3. membantu menyusun sistem informasi keadministrasian 4. perangkat lunak yang mudah dan murah untuk UKM
2	Kurang memahami dan disiplin dalam pembukuan	
3	Belum memiliki dan terampil dalam penggunaan komputer	
4	Karyawan banyak bersifat keterampilan otodidak	
5	Belum memiliki sistem informasi dan tata administrasi dengan baik	

4.3.5. Bidang Legalitas

Meskipun diantara responden telah memiliki izin usaha atau bahkan diantara responden memiliki hak paten, hak merk, namun jika dilihat dari total keseluruhan responden belum terdistribusi secara normal. Artinya, responden yang memiliki kepastian hukum baik dari sisi usahannya, hak patent maupun hak merk namun masih terkonsentrasi bagi UKM responden tertentu. Umumnya mereka adalah yang memiliki omzet relatif kecil belum memiliki berbagai bentuk izin legalitas tersebut diatas.

Hasil survey terhadap responden menunjukkan bahwa pada dasarnya mereka sangat setuju untuk memiliki izin (legalitas) yang merupakan bentuk kepastian hukum dalam berusaha, namun pada kenyataannya mereka mengalami beberapa kendala yang merupakan inti masalah dalam memperoleh kepastian bagi usahannya, antara lain (lihat table 4.6.):

Tabel 4.6.
Masalah yang Dihadapi Responden
Bidang Legalitas

No	Permasalahan yang Dihadapi	Harapan Bantuan
1	Biaya perijinan mahal	1. Membantu menjembatani dalam memperoleh perijinan termasuk memperoleh hak patent dan Merk 2. memberikan bantuan tentang pentingnya legalitas dalam pengembangan usaha 3. penyuluhan hukum tentang patent dan merk 4. advokasi hukum perdata
2	Kurang mengetahui proses/mekanisme perijinan	
3	Kurang tahu informasi seputar perijinan	
4	Kurang bermaakna, karena kepastian hukum bagi yang melanggar tidak ada tindakan penegak hukum (melanggar patent)	
5	Merasa belum waktunya membutuhkan izin apalagi hak paten/merk	

4.3.6. Bidang Produksi

Sebagaimana dinyatakan dalam sub-bab diskripsi proses produk terdahulu, bahwa umumnya proses produksi menggunakan pola tradisional, maka ternyata banyak mengandung kelemahan dan sekaligus kendala dalam peningkatan produksi. Hal itu, karena metode tradisional akan berimplikasi pada inefisiensi serta tingkat kesalahan dan kegagalan produksi yang tinggi.

Hasil survey dan wawancara terhadap responden menunjukkan bahwa terdapat masalah empiris yang dihadapi oleh responden yang menurut mereka perlu pemecahan segera, dan jika perlu perlu pihak ketiga untuk membatunya. Beberapa masalah tersebut, antara lain (lihat table 4.7):

Tabel 4.7
Masalah yang Dihadapi Responden
Bidang Produksi

No	Permasalahan yang Dihadapi	Harapan Bantuan
1.	Produksi lambat dan berbiaya tinggi	1. pendampingan dan pelatihan dalam proses produksi yang efektif dan efisien 2. membantu dan mendampingi mendesain sistem pengawasan produksi 3. memcarikan solusi teknologi untuk pengganti kondisi cuaca 4. membantu mencari jalan keluar dalam memperoleh cap batik 5. Pelatihan dalam membuat desain batik
2.	Banyak kerusakan dalam proses produksi	
3.	Belum memiliki sistem pengawasan produksi yang terstandar	
4.	Kurang mampu menyesuaikan Trend model	
5.	Gangguan cuaca	
6.	Kurangnya tenaga terampil	
7.	Peralatan yang sederhana	

4.3.7. Bidang Jaringan Usaha

Terrkait tipe usaha yang masih kecil, ternyata dibidang jaringan usaha sangat terbatas. Keterbatasan akses tersebut membuat posisi UMKM responden menjadi kurang mampu mengembangkan diri, karena keterbatasan informasi dan bahkan berdampak pada keterbatasan pangsa pasar. Kendala mendasar yang dihadapi responden terkait dengan upaya jejaring tersebut, sebagaimana dijelaskan dalam table 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Masalah yang Dihadapi Responden
Bidang Jaringan Usaha

No	Permasalahan yang Dihadapi	Harapan Bantuan
1	Umumnya mereka sulit terbuka untuk bergabung dalam asosiasi	1. membantu memcarikan networking bisnis 2. memaksimalkan dan atau membuat asosiasi 3. membantu masuk dalam suatu
2	Sulit diketemukan antar pelaku UKM batik	

3	Kurang mampu membangun jaringan	4. asosiasi memberikan pemahaman pentingnya asosiasi dan jaringan usaha
4	Tidak tahu cara masuk jaringan (misal, koperasi, asosiasi, dan lainnya)	
5	Kurang cocok dengan jaringan usaha	
6	Kurang informasi & komunikasi	
7	Umumnya mereka lebih mengandalkan kemandirian	

4.4. Analisis Regrouping dan Tawaran Stimulan

Analisis regrouping merupakan tahapan, dimana setelah diketahui quality grade yang merupakan urutan kualitas responden yang didasarkan berbagai perspektif pengukuran yang berakhir pada pengelompokan atas dasar kualitas dan kesehatan UMKM, yang selanjutnya dilakukan pengelompokan atas dasar analisis kebutuhan spesifik UMKM. Analisis kebutuhan spesifik responden (UMKM batik) didasarkan pada analisis masalah UMKM batik. Tabel 4.9. menjelaskan hasil regrouping atas dasar kebutuhan riil UMKM batik, sebagai berikut:

Tabel 4.9
Analisis Regrouping dan Tawaran Stimulan

No	Nama UKM	Kel	Q G	Tawaran Stimulan
1	Batik Panji		A	1. Mengupayakan solusi fasilitas kredit seperti bank cable, pendampingana admintrasi terkait pencarian pembiayaan 2. Pendampingan dalam pengelolaan usaha 3. Pelatihan manajemen produksi dan desain
2	Bati Pesisir		A	
3	Rossa Handycraft		B	
4	Vini Batik		B	1. Mengupayakan solusi fasilitas kredit seperti bank cable, pendampingana admintrasi terkait pencarian pembiayaan 2. Pemdampingan pemasaran 3. Membantu menjembatani networking 4. Pendampiungan dan pelatihan dalam pembukuan 5. Pendampingan dan pelatihan dalam keadmintrasi 6. Membantu pengembangan ekspansi pasar eksport 7. Pembentukan dan atau optimalisasi asosiasi
5	Masheila		B	
6	Batik Super SN		B	
7	BTK Pipit Natural		B	
8	Berlian Batik		B	
9	Maulida Batik		B	
10	Batik SS		B	
11	Khafidi's Batik		B	
12	No Name		B	
13	THS Tex		B	
14	No Name		B	

15	huza Batik		B	yang ada	
16	CV. Raveena Batik G		B		
17	Batik Putra Izzur		B		
18	Batik Abadi		B		
19	CV. Jacky batik		B		
20	Tobal Batik		B		
21	Azkie Batik		B		
22	Batik Revna		B		
23	Batik Falah		B		
24	Batik 3M		B		
25	Anggun		B		
26	Batik Mashar		B		
27	Batik Rosalinda		B		
28	Putri Jaya		B		
29	No Name		B		
30	Pembuat Batik Cap Jantung		B		
31	Batik Dynanda		B		
32	Batik Huza		B		
33	No Name		B		
34	Batik Mohan		B		
35	Batik Elisa		B		
36	Batik SN		B		
37	Pembuat Batik Selendang		B		
38	Pembuat Batik Selendang		B		
39	Pembuat Batik Selendang		B		
40	Pembuat Batik Selendang		C		<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengupayakan solusi fasilitas kredit seperti bank cable, pendampingana admintrasi terkait pencarian pembiayaan 2. Membantu dalam mencari informasi serta pendapingannya dana murah, jika perlu ntanpa agunan 3. Membantu pengembangan pasar lewat kerjasama perusahaan tingkat korporasi 4. Membantu menjembatani networking 5. Pendampingan dan pelatihan dalam pembukuan 6. Pendampingan dan pelatihan dalam keadmintrasi 7. Memberikan pelatihan manajemen kepersonaliaan
41	Pembuat batik selendang		C		
42	Pembuat batik selendang		C		
43	Pembuat batik selendang		C		
44	Batik Baro Jawatex		C		
45	HS/Hasan Syafaah		C		
46	Hasenda		C		
47	Batik Arifin Putra		C		
48	Batik Kunthus		C		
49	PT. Kastolani Kasmuri		C		

50	Batik Gajah Suci		C	8. Pengembangan skill karyawan bagian produksi 9. Membantu dalam pemotivasian karyawan
51	Batik Kisanala aristek		C	
52	No Name		C	
53	No Name		C	
55	No Name		C	

Sumber: Data Primer Diolah

V. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Adapun hasil dari penelitian tahap ini dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Sampel penelitian atau jumlah responden yang berhasil disurvei dan diwawancarai sebanyak 58 responden yang berada di kabupaten dan kota Pekalongan
2. Hasil analisis *quality grade* menunjukkan bahwa terdapat dua tipe kelas grade pada UMKM batik Pekalongan yang dijadikan responden yaitu UKM yang ber-*quality Grade A* yaitu sebanyak 2 UKM dan UKM yang ber-*quality Grade B* yaitu sebanyak 36 UKM dan yang *quality grade C* sebanyak 15 UKM. Artinya bahwa terdapat 2 UKM yang berkategori Sangat Sehat dilihat dari tujuh perspektif (legalitas, SDM, manajemen & administrasi, keuangan, pemasaran, jaringan usaha dan produksi), 36 UKM batik yang dalam kategori sehat serta 15 UKM berkategori cukup sehat.
3. Dilihat dari sudut pandang masalah yang dihadapi oleh para UKM batik di Pekalongan dan UKM jenis lainnya pada dasarnya memiliki kemiripan. Namun demikian dalam rangka konstruksi desain stimulan maka ternyata ditemukan berbagai masalah spesifik responden, antara lain:
 - a. Pemasaran: sistem pemasaran pada *personal selling*, transportasi yang mahal, jaringan pemasaran yang tidak dapat berkembang, tergantung pada musiman, kurang memahami prosedur dan jaringan ekspor, motif yang monoton kurang berklembang sehingga kurang kompetitif, harga pokok tinggi, kualitas dan lain-lain
 - b. Keuangan dan Permodalan: sering ditipu dengan giro kosong, tidak memiliki Tenaga ahli keuangan, tidak memahami manajemen keuangan, sering terjadi pembayaran dari langganan mundur sehingga menghambat pembelian bahan baku, catatan dan kalkulasi keuangan yang tidak rapi dan cenderung tak terstruktur dengan baik, kurang *bankcable*, kekurangan modal, sering terganggu dengan satabilitas modal kerja dan lain-lain.

- c. Kepersonaliaan/MSDM: kurang mampu mengelola karyawan dengan baik sehingga sering terjadi indisipliner, kurang mampu membangun kerjasama tim antar karyawan dengan baik, tingkat *employee turnover* tinggi terutama karyawan kunci, hubungan kerja sangat informal, *skill* karyawan rendah, karyawan tidak menguasai *job description*, tidak mengetahui manajemen kepersonaliaan.
 - d. Manajemen & Administrasi: tak memiliki tenaga kerja yang memiliki *skill* administrasi, sistem pencatatan dan keadministrasian belum dilakukan dengan baik dan cenderung asal-asalan, tidak memiliki karyawan yang mampu melakukan administrasi berbasis komputer, karyawan administrasi bersifat otodidak, tidak memiliki dan mengenal sistem informasi keadministrasian meskipun sederhana, dan lain-lain.
 - e. Legalitas: responden menganggap biaya melakukan perijinan mahal, mereka umumnya tak tahu prosedur untuk memperoleh legalitas, mereka menganggap bahwa kurang begitu penting, karena sering terjadi pembajakan tetapi tak ada penegakan hukum (pembajakan merk, hak paten, dll), mereka umumnya kurang tahu tentang arti penting legalitas bagi dunia usaha dan terdapat sebagian yang merasa belum waktunya memiliki legalitas.
 - f. Produksi: biaya yang digunakan masih terlalu tinggi (tidak efisien), sistem produksi manual, tinggi produk yang rusak dan sisa produk terlalu banyak, kurang mampu mengikuti trend, tak mampu mengatasi gangguan cuaca dalam proses produksi, belum memiliki peralatan yang memadai, tenaga kerja terampil masih sangat terbatas
 - g. Jaringan Usaha: mereka umumnya masih tertutup sehingga belum banyak masuk dalam asosiasi dan kelompok lainnya, sulit dilakukan pertemuan dalam forum komunikasi UMKM batik sebagai wahana membangun komunikasi, kurang mampu membangun jejaring, tak mengetahui bagaimana memulai masuk dalam satu asosiasi, kurang informasi dan komunikasi, terlalu percaya pada potensi diri sehingga kurang peduli terhadap keberadaan asosiasi.
4. Setelah dilakukan analisis regrouping didasarkan atas masalah dan kebutuhan dalam rangka tawaran stimulan, maka ditemukan tiga kelompok UMKM, yaitu:
- a. Kelompok A, yang merupakan tipe UKM yang berkategori sangat baik.
Tawaran stimulan (lihat table 4.13)
 - b. Kelompok B, berkategori baik

- Tawaran stimulant (lihat table 4.13)
- c. Kelompok C, berkategori cukup baik
- Tawaran Stimulan (lihat table 4.13)

5.2. Saran

1. Disarankan peneliti selanjutnya untuk menggunakan teknik *sampling* yang tepat sehingga kelengkapan data yang dibutuhkan untuk melakukan *grade* dapat terpenuhi, sehingga meningkatkan validitas *grade* yang dihasilkan
2. Metode *grade* disarankan untuk digunakan menilai satu jenis UMKM, sehingga dapat digunakan untuk membandingkan hasil
3. Disarankan untuk memperhitungkan jumlah sample, jika memang peneliti selanjutnya mau menggunakan untuk menilai sekelompok populasi, sehingga unsur generalisasi dapat dipertanggungjawabkan
4. peneliti selanjutnya dapat meninjau kembali *grade dimension* yaitu *key success performance indicators* atau bahkan bisa menambah perspektif penilaiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2007. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Baldacchino, Leonie. 2009. "Entrepreneur Creativity and Innovation" *The First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation*, University Of Malta, Malta.
- Bhandari C Narendra, 2007. "Faktor-faktor Penentu Minat Mahasiswa Manajemen untuk Berwirausaha (Studi Mahasiswa Manajemen FE Universitas Negeri Padang)". *Jurnal Manajemen*, 1 September 2012.
- Bilson, Simamora. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Drucker, P. F. (2002). *The Disciplin of Innovative Enterprise*, Boston : Harvard Business School Press.
- Hadiyati, Ernani. 2010. *Pemasaran untuk UMKM (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Malang: Banyumedia.

- Gibson, James L, John M. Ivancevich dan James H. Donnelly Jr, 2000. *Organizations: Behaviour, Structure and Process*, McGraw-Hill Companies Inc, Boston.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS, Cetakan ke IV, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Hadiyati, Ernani. 2010. *Pemasaran untuk UMKM (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Malang: Banyumedia.
- Hakim, Arif Rahman. (Januari 2008). “ Studi Empiris Terhadap Kerjasama Perdagangan Internasional Antara Lima Negara ASEAN ”. *Jurnal Dinamika*, Vol 2 No 1. ISSN 0216 - 7034.
- Helfert, Erich. A, 1996. *Tehnik Analisis Keuangan (Petunjuk Praktis Untuk Mengelola dan Mengukur Kinerja Perusahaan)*, Jakarta: Erlangga.
- Hills, Gerald. 2008. “ Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities”, *Journal of Small and Medium Entrepreneurship*, page: 27-39.
- Hunger, D. J. And Wheelen, T. L. (2000). *Strategic Management*. New York: Addison-Wesley Publishing Company, Tenth Edition
- Hubeis, M. (2005). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*, Jakarta: Hecca Mitra Utama.
- Hurlock, 1980. *Faktor Pendorong Minat untuk Berwirausaha (Studi Lapangan terhadap Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta)*.
- Jurnal Ekonomi & Bisnis. 1 Maret 2006. Kementrian Negara Koperasi dan UMKM. 2009. *Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) UU RI No. 20 Tahun 2008*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks
- Larsen, P. & A. Lewis. 2007. “How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation”, *Journal Creativity and Innovation Management*, page: 141-151. Levbinson, S. C (1997).
- Proceedings of the Fifth Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society Levitt, T. 2002. *Creativity Is Not Enough in HBR on The Innovative Enterprise*, Boston: Harvard Business School
- Press Mathis, dan Jackson, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta : Salemba Empat

- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJM). 2004, *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Scarborough, N. M. & T. W. Zimmerer. 2005. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, Fourth Edition, New Jersey: Prentice-Hall.
- Sekretaris Kementrian Negara Koperasi dan UMKM. 2006.
- Statistik Usaha Kecil Menengah Tahun 2006-2007*.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business* Buku 2. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.
- Soetjipto, Budi W. (1997). *Mengukur Kinerja Bisnis dengan Balanced Scorecard*. Usahawan no.6
- Stel, Carree, Thurik, Zoetermeer. 2004. *The Effect of Entrepreneurship on National Economic Growth: an Analysis Using the GEM Database*. SCALES Paper No.320.
- Subandono Aris, 2007, "*Analisis Faktor-faktor Motivasi yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha*". *Diponegoro Journal of Management*, 130-137.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta. Suryana, 2003.
- Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat. Tulus Tambunan, (2002). *Usaha Kecil Menengah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wennekers & Jong. 2008. "Conceptualizing Entrepreneurial Employee Behavior".
- SMEs and Entrepreneurship Programme Finance by the Netherlands Ministry of Economic Affairs.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Winardi. (2003). *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta : Prenada Media.