

Rumusan Strategi Pengembangan Ekspor UKM Sepatu di Surabaya dengan Menggunakan Pendekatan ANP

Muhammad Jaharnsyah, Trisita Novianti, Ernaning W.

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Trunojoyo Madura
 Jl. Raya Telang, Po-Box 2 Kamal, Bangkalan 69162
 Email : Muhammad.jahar@gmail.com

Received 30 May 2013; Accepted 26 July 2013

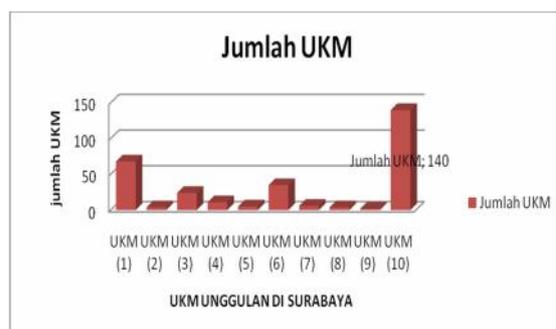
Abstract

Surabaya has been developing a small and medium enterprises which one of them is village shoe. Small and mediums enterprises shoe has 140 units. However conditions of small and medium enterprises are nothing export yet. This study wanted SMEs can be export product. This research use a method Delphi for choose a criterion what affects the development of export SMEs and then continued with modeling of using the method ANP and finally get the ranking of highest weight is linkage the material. Strategy that use is mapping supplier what could give credit material. Strategic used is (1) give facility and increase quality SDM and then taken worker by government and UKM, (2) mapping supplier who can giving credit material, (3) follow international event or national event and add referensi shoe model with following trend..

Keywords: Delphi method, ANP method, SMEs

1. PENDAHULUAN

Surabaya telah mengembangkan usaha kecil menengah (UKM) yang dikelompokkan atas : (1) kampung tas, (2) kampung bordir, (3) kampung kue basah, (4) kampung penjahitan, (5) kampung tempe, (6) kampung keripik tempe, (7) kampung border, (8) kampung kue basah, (9) kampung handicraft, (10) kampung Sepatu (Gambar 1). Dari Gambar 1, kampung sepatu memiliki 140 unit usaha.



Gambar 1 Grafik kampung unggulan di Surabaya Tahun 2012

Namun dalam kondisi usaha kecil menengah tersebut belum juga produknya menjadi ekspor. Harapan dari peneliti nantinya UKM tersebut dapat menjadi produk ekspor akan tetapi dengan kondisi yang ada ukm tersebut masih berfikir individual yang mana adanya pajak yang tinggi dan juga belum adanya kepastian dalam mendapatkan keuntungan lebih sedangkan jika

produk ekspor lebih pada kapasitas penjualan yang kecil namun harga jual yang besar dan jika ada pada dalam negeri memiliki kapasitas penjualan yang besar namun harga jual kecil. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana merumuskan strategi pengembangan ekspor pada UKM sepatu di Surabaya

2. Metode Penelitian

Pada bagian ini dijelaskan tentang metode penelitian dengan lebih rinci terhadap langkah – langkah yang kami gunakan dalam penelitian.

2.1 Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan yang ada terlebih dahulu setelah itu dilanjutkan dengan perumusan masalah yang terjadi didalam kondisi yang ada ditempat penelitian lalu diteruskan dengan mencari studi pustaka dan studi lapangan yang mendukung kegiatan penelitian nantinya.

2.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan dengan pengumpulan data yang berupa data sekunder untuk menunjang tahap pengolahan data selanjutnya. Data sekunder pada penelitian ini berupa data kriteria awal dalam pengembangan Ekspor UKM yang di ambil dari literatur ataupun penelitian terdahulu.

2.3 Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini dilakukan dengan menggunakan metode delphi untuk menentukan kriteria yang

berpengaruh dalam pengembangan ekspor UKM sepatu dan langkahh – langkahnya sebagai berikut pertama mencari perwakilan dari para pakar ahli dipenelitian ini respondenya (pendamping UKM sepatu dari disperdagin dan juga perwakilan dari koordinator UKM sepatu) yang diteliti, kedua di lakukan wawancara secara indept personal dan akan dihasilkan sebuah kriteria yang diinginkan, ketiga dilakukan analisa kembali, keempat dilakukan wawancara dengan keduanya sehingga mendapati kriteria yang valid setelah didapatkan kriterianya maka dilanjutkan dengan pemodelan ANP yang dilakukan, untuk mendapati bobot kriteria yang ada pada hasil metode delphi sehingga dari bobot tertinggi nantinya yaitu pertama dilakukan pemberian kuisioner , kedua dilakukan pengelompokan hubungan masing masing dari kriteria kedalam software ANP ketiga memasukkan nilai yang didapat dari penghitungan dengan geomatrik setelah itu pada dilihat pada priority bobot yang telah dinormalkan yang akan di analisa nantinya bobot tersebut digunakan dilakukan strategi pengembangan ekspor UKM. Pengembangan strategi ekspor nantinya didukung dengan menggunakan *causal loop diagram*.

2.4 Tahap kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini ditentukan kesimpulan dari hasil penelitian ini yang nantinya dapat menjawab dari tujuan penelitian ini. Adapun saran nantinya untuk mendapatkan hasil yang maksimal diharapkan dapat kritikan yang mendukung dari penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penentuan Kriteria dengan Menggunakan Metode Delphi

Tahap awal dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode delphi yang dilakukan dengan cara memberikan kuisioner sebanyak 2 kali putaran. Kriteria awal dalam pengembangan ekspor sepatu disajikan pada Tabel 1. Pada putaran pertama kuisioner yang terdapat pada lampiran 1 tersebut diserahkan kepada perwakilan dari disperdagin kepada bapak Eko Akriono sebagai TPL / pendamping UKM kampung sepatu dan bapak sofyon selaku ketua koordinator UKM kampung sepatu untuk memberikan pendapat tentang kriteria pengembangan ekspor pada UKM sepatu dan dari masing masing didapatkan hasil pada Tabel 2. Hasil putaran tersebut dirangkum dan di diskusikan kembali pada putaran kedua dan hasilnya keduanya sepakat dengan yang ada pada Tabel 3.

3.2 Perancangan Model ANP

Pada tahap ini merancang model ANP dari kriteria - kriteria yang dihasilkan untuk mengetahui pengaruh terhadap tiap kriteria. Model network

proses ini digambarkan dengan menggunakan software super decision 1.6.0 gambar dapat dilihat pada lampiran 4 Model ANP dimana menunjukkan tujuan atau goal yang dihubungkan dipengaruhi dari beberapa variabel yang memiliki beberapa kriteria dan dilanjutkan dengan sebuah rekomendasi dari kriteria tersebut.

Tabel 1 Kriteria Awal dalam Pengembangan Ekspor

No	Variabel	Kriteria - kriteria	Deskripsi	Sumber
1	Resource	Keterkaitan dengan bahan baku setempat	produk ekspor dipengaruhi adanya bahan baku dari daerah setempat	Anonim (2006)
2	Financial	Nilai investasi	produk ekspor dipengaruhi adanya besar kecilnya investasi	Narita (2010)
		Peningkatan keuntungan	produk ekspor dipengaruhi adanya tingkat keuntungan produk	Abdullah (2011)
		Penentuan harga	produk ekspor dipengaruhi adanya dalam menentukan harga	Narita (2010)
3	Teknologi	Teknologi yang digunakan	produk ekspor dipengaruhi adanya teknologi yang digunakan	Jesika (2012)
4	SDM	Motivasi kewirausahaan	produk ekspor dipengaruhi adanya motivasi diri dalam berwirausaha	Abdullah (2011)
5	Marketing	Ekspektasi pasar	produk ekspor dipengaruhi adanya ekspektasi pasar	Abdullah (2011)
		Pemanfaatan teknologi	produk ekspor dipengaruhi adanya pemasaran dengan memanfaatkan teknologi	Jesika (2012)
6	Strategi	Inovasi produk	produk ekspor dipengaruhi adanya pemikiran desain produk yang berinovasi.	Narita (2010)
		Kemampuan membangun brand image	produk ekspor dipengaruhi adanya brand image atau adanya ciri khusus dari nama maupun bentuk	Anonim (2006)
		Persaingan usaha	produk ekspor dipengaruhi adanya bahan baku dari daerah setempat	Narita (2010)
7	Produksi	Kapasitas produksi	produk ekspor dipengaruhi adanya jumlah produksi yang diperlukan	Narita (2010)
		Kualitas produk	produk ekspor dipengaruhi adanya kualitas dari produk tersebut	Narita (2010)

Tabel 2 Hasil putaran 1 kriteria

No	Variabel	Kriteria - kriteria	Jumlah
1	Resource	Keterkaitan dengan bahan baku setempat	2
2	Financial	Nilai investasi	2
		Peningkatan keuntungan	2
		Penentuan harga	2
3	Teknologi	Teknologi yang digunakan	1
4	SDM	Motivasi kewirausahaan	2
5	Marketing	Ekspektasi pasar	2
		Pemanfaatan teknologi	2
6	Strategi	Inovasi produk	2
		Kemampuan membangun brand image	1
		Persaingan usaha	2
7	Produksi	Kapasitas produksi	2
		Kualitas produk	2

Tabel 3 Hasil Akhir Penentuan Kriteria dengan Menggunakan Metode Delphi

No	Variabel	Kriteria - kriteria
1	Resource	Keterkaitan dengan bahan baku stempat
2	Financial	Nilai investasi
		Peningkatan keuntungan
		Penentuan harga
3	SDM	Motivasi kewirausahaan
4	Marketing	Perluasan pasar
		pemanfaatan teknologi
5	Strategi	Inovasi produk
		Persaingan usaha
6	Produksi	Kapasitas produksi
		Kualitas produk
		Ketepatan delivery order

3.2.1 Hubungan innerdependence dan outerdependence

Setelah mendapatkan hubungan saling mempengaruhi antar variabel maka dilanjutkan dengan mengetahui hubungan innerdependence dan juga outerdependence. Innerdependence merupakan hubungan yang mempengaruhi kriteria satu dengan yang lain dalam satu variabel sedangkan outerdependence merupakan hubungan yang mempengaruhi kriteria satu dengan yang lain tidak dalam satu variabel. Dalam hal ini akan ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4 Hubungan innerdependence dan outerdependence

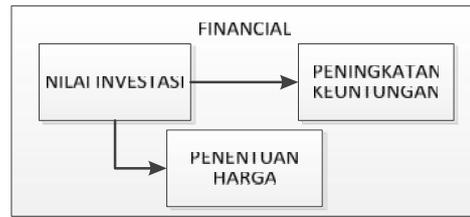
No	Variabel	Kriteria - kriteria	Innerdependence	Outerdependence
1	Resource	Keterkaitan dengan bahan baku stempat		Nilai investasi
				Kapasitas produksi
				Kualitas produk
2	Financial	Nilai investasi	Peningkatan keuntungan	Keterkaitan dengan bahan baku stempat
			Penentuan harga	Kapasitas produksi
				Kualitas produk
		Peningkatan keuntungan	Nilai investasi	Kapasitas produksi
			Penentuan harga	Kualitas produk
			Penentuan harga	Nilai investasi
				Kapasitas produksi
			Peningkatan keuntungan	Kualitas produk
3	SDM	Motivasi kewirausahaan		Persaingan usaha
				Inovasi produk
4	Marketing	Perluasan pasar		Ketepatan delivery order
				Motivasi kewirausahaan
		Pemanfaatan teknologi	Perluasan pasar	Persaingan usaha
5	Strategi	Inovasi produk	Persaingan usaha	Motivasi kewirausahaan
			Persaingan usaha	Ketepatan delivery order
				Perluasan pasar
				Motivasi kewirausahaan
6	Produksi	Kapasitas produksi	Ketepatan delivery order	Keterkaitan dengan bahan baku stempat
				Nilai investasi
		Kualitas produk	Ketepatan delivery order	Keterkaitan dengan bahan baku stempat
				Nilai investasi
				Persaingan usaha
		Ketepatan delivery order	Kapasitas produk	Persaingan usaha
			Kualitas produk	Perluasan pasar

Hubungan innerdependence dan outerdependence dijelaskan dengan beberapa yang menunjukkan hubungan dependence sebagai berikut ini :

a) Hubungan innerdependence antar variabel

1. Hubungan Innerdependence Variabel Financial

Hubungan yang terjadi antar kriteria yang ada pada variable financial ditunjukkan pada Gambar 2 yang terlihat di bawah ini :



Gambar 2 Hubungan innerdependence variabel financial

Pada nilai investasi mempengaruhi kriteria peningkatan keuntungan dan juga penentuan harga bilamana nilai investasi yang diperoleh tinggi maka dengan begitu peningkatan keuntungan akan naik begitu juga dengan penentuan harga akan semakin tinggi. Pada penelitian abdullah (2011) peningkatan keuntungan mendapatkan presentase yaitu 36,7% untuk memperkembangkan UKM menjadi ekspor produk. Sedangkan responden menjelaskan nilai investasi merupakan modal yang diperoleh sehingga nantinya akan mempengaruhi nilai keuntungan produk dan juga dalam penetapan harga jual.

2. Hubungan innerdependence variabel marketing

Hubungan yang terjadi antar kriteria yang ada pada variabel marketing ditunjukkan pada gambar 3 yang terlihat di bawah ini :



Gambar 3 Hubungan innerdependence variabel marketing

Pada perluasan pasar mempengaruhi kriteria pemanfaatan teknologi bilamana perluasan pasar yang tinggi maka dengan begitu pula dalam pemanfaatan teknologi akan semakin banyak. Menurut responden dijelaskan bahwa perluasan merupakan diterimanya produk di pasar luar yang perlu adanya pemanfaatan teknologi didalamnya sehingga saling mempengaruhi antar keduanya.

3. Hubungan *innerdependence* variabel strategi

Hubungan yang terjadi antar kriteria yang ada pada variabel strategi ditunjukkan pada Gambar 4.

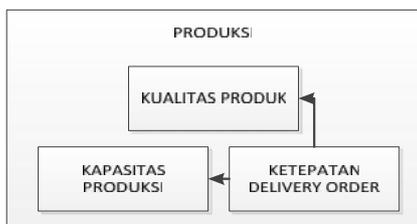


Gambar 4 Hubungan *innerdependence* variable strategi

Pada inovasi produk mempengaruhi kriteria persaingan usaha bilamana inovasi produk yang semakin tinggi maka dengan begitu persaingan usaha akan semakin berat. Menurut responden, inovasi produk merupakan usaha dalam menaikkan kembali pasar yang sedang dalam kondisi menurun sehingga persaingan usaha antar UKM akan menjadi lebih besar. Menurut narita (2010) inovasi produk memiliki kendala dalam hal ini masyarakat sulit akan menerima sesuatu hal yang baru maka dari itu kriteria ini akan menjadi salah satu faktor yang akan diupayakan untuk pengembangan industri.

4. Hubungan *Innerdependence* Variabel Produksi

Hubungan yang terjadi antar kriteria yang ada pada variabel produksi ditunjukkan pada Gambar 5.



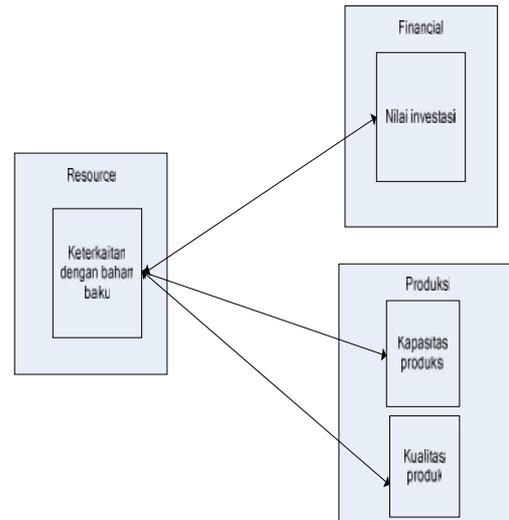
Gambar 5 Hubungan *innerdependence* variable produksi

Pada ketepatan *delivery order* mempengaruhi kriteria kapasitas produksi dan juga kualitas produk bilamana ketepatan *delivery order* diterapkan maka akan mempengaruhi kualitas produk dan kapasitas produk. Menurut responden ketepatan *delivery order* merupakan hal penting didalam UKM dimana akan mempengaruhi kualitas produk dan juga kapasitas produksi. Bila dalam pengiriman tidak tepat waktu maka permintaan akan semakin kecil dan kualitas akan menurun.

b) Hubungan *outerdependence* antar variabel

1. Hubungan *outerdependence* variabel resource

Hubungan yang terjadi antar kriteria yang ada pada variabel *resource* ditunjukkan pada Gambar 6.

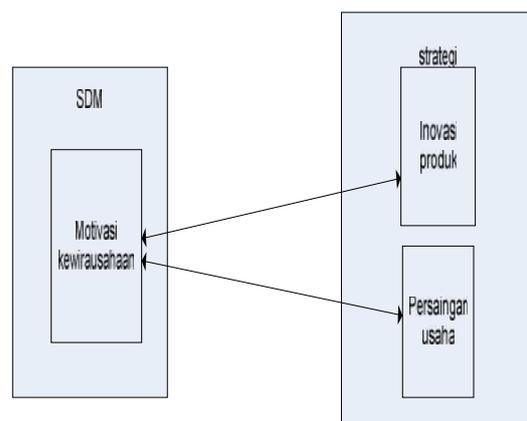


Gambar 6 Hubungan *Outerdependence* Variable Resource

Pada keterkaitan bahan baku mempengaruhi kriteria nilai investasi, kapasitas produksi dan kualitas produk. Untuk nilai investasi bahan baku mempengaruhi dalam jumlah bahan baku yang dibutuhkan bila semakin besar akan membutuhkan nilai investasi yang besar lalu untuk kapasitas produksi bila bahan baku yang dipakai kualitas bagus maka akan mempengaruhi permintaan sehingga kapasitas juga berpengaruh sama halnya kualitas produk bila kualitas bahan bagus maka akan tinggi pula kualitas produk.

2. Hubungan *outerdependence* Variabel SDM

Hubungan yang terjadi antar kriteria yang ada pada variabel SDM ditunjukkan pada Gambar 7.



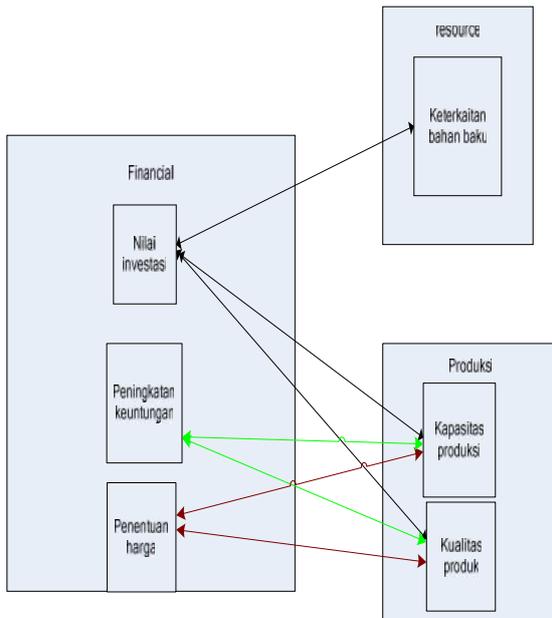
Gambar 7 Hubungan *outerdependence* variable SDM

Pada motivasi kewirausahaan mempengaruhi kriteria inovasi produk, persaingan usaha. Pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap inovasi produk yaitu dalam masing masing pengrajin bila sudah memiliki motivasi diri dalam pengembangan

UKMnya maka akan berinovasi dalam pembuatan produk secara alamiah. Sedangkan untuk persaingan usaha, motivasi kewirausahaan akan menjadi hal penting dalam bersaing antar UKM yang memiliki jenis produk yang sama.

3. Hubungan *outerdependence* variabel *financial*

Hubungan yang terjadi antar kriteria yang ada pada variabel financial ditunjukkan pada Gambar 8.

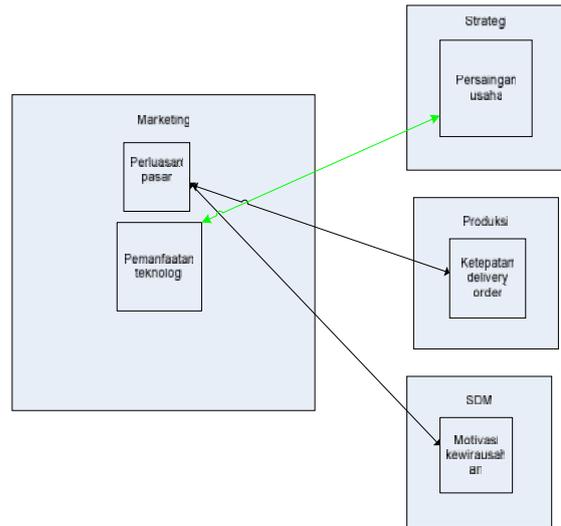


Gambar 8 Hubungan *Outerdependence* Variable *Financial*

Pada nilai investasi mempengaruhi kriteria kapasitas produksi, keterkaitan bahan baku dan kualitas produk lalu peningkatan keuntungan dan penentuan harga mempengaruhi kapasitas produksi dan kualitas produk. Untuk nilai investasi akan mempengaruhi dalam pemilihan bahan baku yang mana bisa membeli bahan yang kualitas tinggi ataupun rendah tergantung dari nilai investasi yang ada sehingga akan mempengaruhi kapasitas produksi dan kualitas produk. Sedangkan pada peningkatan keuntungan dan penentuan harga sama-sama mempengaruhi kapasitas dan kualitas produk yang mana jika keduanya dalam mengambil keuntungan terlalu besar dan harga nya menjadi mahal maka permintaan akan menjadi sedikit sehingga membuat kapasitas produksi sedikit dan menurunkan kualitas produk.

4. Hubungan *outerdependence* variabel *marketing*

Hubungan yang terjadi antar kriteria yang ada pada variable *marketing* ditunjukkan pada Gambar 9.



Gambar 9 Hubungan *outerdependence* variabel *marketing*

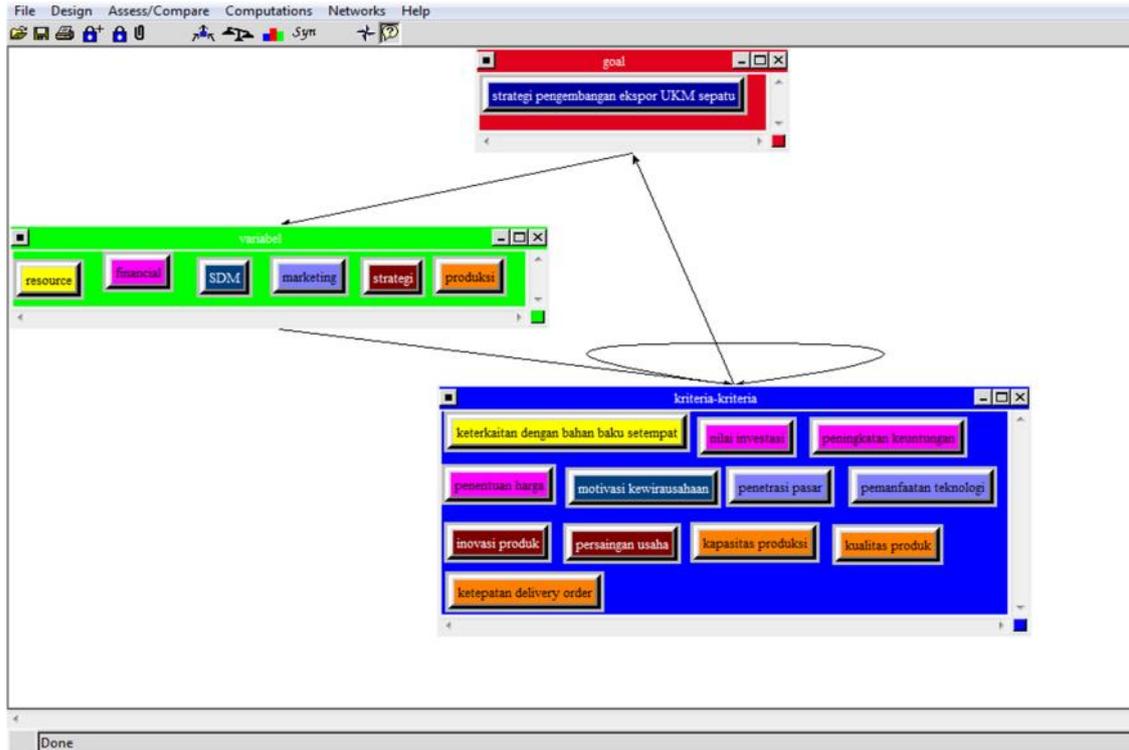
Pada perluasan pasar mempengaruhi kriteria ketepatan delivery order dan motivasi kewirausahaan sedangkan pemanfaatan teknologi mempengaruhi persaingan usaha. Untuk perluasan pasar yang mana bila sedikit pasar yang dapat menerima produk pengrajin akan menurunkan motivasi kewirausahaan masing – masing pengrajin sehingga akan menurunkan juga ketepatan delivery order. Sedangkan dalam pemanfaatan teknologi disini semakin banyak yang menggunakan teknologi dalam pemasarannya maka persaingan akan menjadi besar dikarenakan para pesaing akan mengikuti dalam pemasarannya. Dari beberapa *outerdependence* dan *innerdependence* tersebut yang didapatkan dari diskusi dengan para pakar, dibuatlah model yang berada pada software ANP yang dapat dilihat pada Gambar 10.

3.3 Hasil Pengolahan dengan Software ANP

Hasil diambil dari priority yang ada pada software super decision 1.6.0 yaitu sebagai berikut :

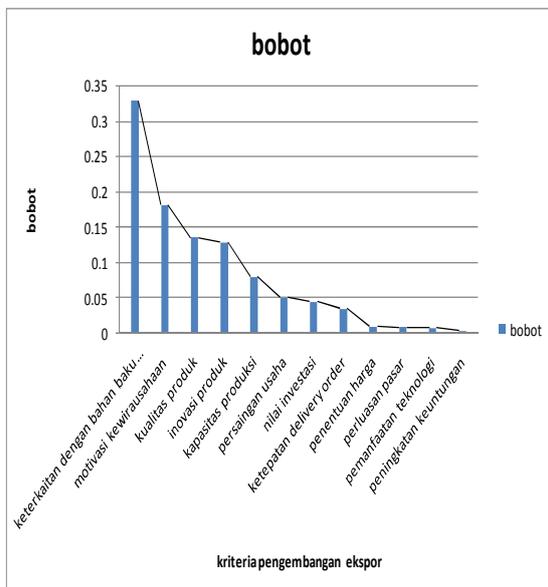
Tabel 5 Bobot kriteria pengembangan ekspor UKM sepatu

kriteria pengembangan ekspor	bobot
keterkaitan dengan bahan baku setempat	0.32819
motivasi kewirausahaan	0.18029
kualitas produk	0.13415
inovasi produk	0.12761
kapasitas produksi	0.07912
persaingan usaha	0.04953
nilai investasi	0.04324
ketepatan delivery order	0.03348
penentuan harga	0.00834
perluasan pasar	0.00693
pemanfaatan teknologi	0.00634
peningkatan keuntungan	0.00279
jumlah	1.00001



Gambar 10 Model ANP

Pada tabel 5 dibuatlah grafik pemilihan prioritas kriteria pengembangan ekspor dan dilakukan terhadap perangkingan dari nilai bobot yang tinggi terlihat pada gambar 11 seperti di bawah ini :



Gambar 3.11 Grafik kriteria pengembangan ekspor dari hasil ANP

3.4 Analisis Strategi Pengembangan Ekspor.

Pada penelitian ini dari hasil kriteria diatas perlu adanya strategi pengembangan ekspor UKM yang

merupakan suatu upaya untuk memperbesar PDB di Surabaya yaitu:

1. Keterkaitan bahan baku

Kondisi yang sering kali dihadapi oleh UKM dalam keterkaitan bahan baku yaitu dalam pembelian bahan baku selalu kekurangan modal dan pembelian bahan baku pada supplier yang tidak tetap. dan itu hal yang sama dengan kondisi yang di alami UKM di surabaya ini dengan begitu strategi yang dilakukan yaitu perlu adanya pemetaan supplier yang dapat memberikan kredit bahan baku. Dimana supplier tersebut dapat menerima giro dari setiap pengrajin UKM sesuai dengan jangka waktu pencairan giro yang dapat dipertanggung jawabkan.

2. Motivasi kewirausahaan

Pada motivasi kewirausahaan seringkali didapati bahwa masing- masing UKM masih kondisi yang kurang dijelaskan pada penelitian (Abdullah, 2011) tingkat dari motivasi kewirausahaan memiliki presentasi hanya 13.8 persen dan hal ini sama dengan kondisi yang ada pada UKM di Surabaya yang cenderung memilih untuk mengubah mata pencariannya bukan menjadi pengrajin UKM sepatu lagi. Oleh karena itu perlu adanya strategi guna meningkatkan kembali motivasi kewirausahaan dari pengrajin yaitu dengan memberikan fasilitas dan sarana peningkatan kualitas SDM serta meningkatkan penyerapan tenaga kerja lokal oleh pemerintah dan UKM.

Supaya pengrajin UKM sepatu dapat mempertahankan dan meningkatkan usaha yang telah dibangun selama ini.

3. Kualitas produk

Kondisi UKM yang sekarang ini di Surabaya cenderung memperhatikan kualitas hanya sebatas layak untuk dipakai oleh konsumen tidak dapat memperkirakan produk tersebut akan jangka waktu dalam pemakaian hal ini yang menyebabkan perlu adanya strategi dalam mengembangkan UKM menjadi ekspor yaitu dengan mengajukan sertifikasi kualitas produk sepatu pada pemerintah sehingga produk yang dipasarkan memiliki nilai kualitas didalamnya seperti halnya makanan yang harus memiliki kualitas produk layak jual dari DEPKES.

4. Inovasi produk

Inovasi produk disini merupakan hal penting dalam mengembangkan produk menjadi ekspor dikarenakan dari penjelasan (Sriyana, 2010) bahwa pentingnya inovasi produk dalam usaha yaitu dapat meningkatkan keuntungan dan mempermudah usaha. Dan kondisi yang ada pada UKM sepatu di Surabaya inovasi produknya masih sebagian kecil yang menerapkannya. Strategi yang dapat meningkatkan inovasi produk didalam sebuah UKM tersebut yaitu dengan cara mengikuti pameran-pameran sepatu bertaraf internasional maupun nasional dan menambah referensi model sepatu mengikuti pasar atau trend guna memperkaya inovasi produk dari setiap pengrajin UKM sepatu.

5. Kapasitas produksi

Kapasitas produksi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan ekspor UKM. Menurut Sriyana, 2010 dijelaskan bahwa kredit perbankan lebih banyak berkonsentrasi pada kredit korporasi dan juga konsumsi dan hanya segelintir kredit yang disalurkan ke sektor UKM. Oleh karena itu untuk meningkatkan kapasitas produksi UKM perbankan harus menjadikan sektor UKM sebagai pilar terpenting perekonomian negeri. Sehingga strategi yang dilakukan adalah menjamin kredit UKM sepatu di lembaga keuangan yang ada agar UKM dapat bertanggung jawab terhadap pengembalian kredit dan terbiasa bekerjasama dengan lembaga keuangan yang ada. Dan dapat meningkatkan kapasitas produksi dari UKM.

6. Persaingan usaha

Semakin berkembangnya sektor industri di Indonesia ini semakin besar pula persaingan usaha di dalamnya sehingga persaingan usaha ini menjadi faktor untuk mengembangkan UKM menjadi

ekspor. menurut (Sriyana, 2010) dalam perkembangan UKM akan sangat ditentukan dengan adanya iklim bisnis yang menunjang perkembangan UKM. Dalam kondisi yang dialami UKM sepatu saat ini mereka bersaing dengan iklim bisnis yang sudah ada namun belum kondusif hal ini strategi yang tepat adalah perlu adanya upaya untuk menkuslter UKM dengan kedalam satu desain hasil produk agar tindakan pungutan yang tidak tepat, keterpaduan kebijakan lintas sektoral, serta pengawasan dan pembelaan terhadap praktek-praktek persaingan usaha yang tidak sehat yang mana didukung oleh undang-undang dan pengembangan kelembagaan.

7. Nilai Investasi

Nilai investasi merupakan hal yang sering dialami oleh setiap UKM dalam mendapatkan modal di jelaskan oleh (sriyana, 2010) bahwa faktor modal adalah salah satu sebab tidak munculnya usaha-usaha baru. Dalam kondisi UKM sepatu yang dialami saat ini adalah modal yang didapat hanya diperoleh sesuai dengan banyaknya permintaan produk saja. Dan hal ini strategi yang tepat untuk meningkatkan investasi adalah sama dengan kapasitas produksi dimana menjamin kredit UKM sepatu di lembaga keuangan yang ada sehingga investasi yang diperoleh lebih banyak bila bekerjasama dengan pihak lembaga keuangan yang ada.

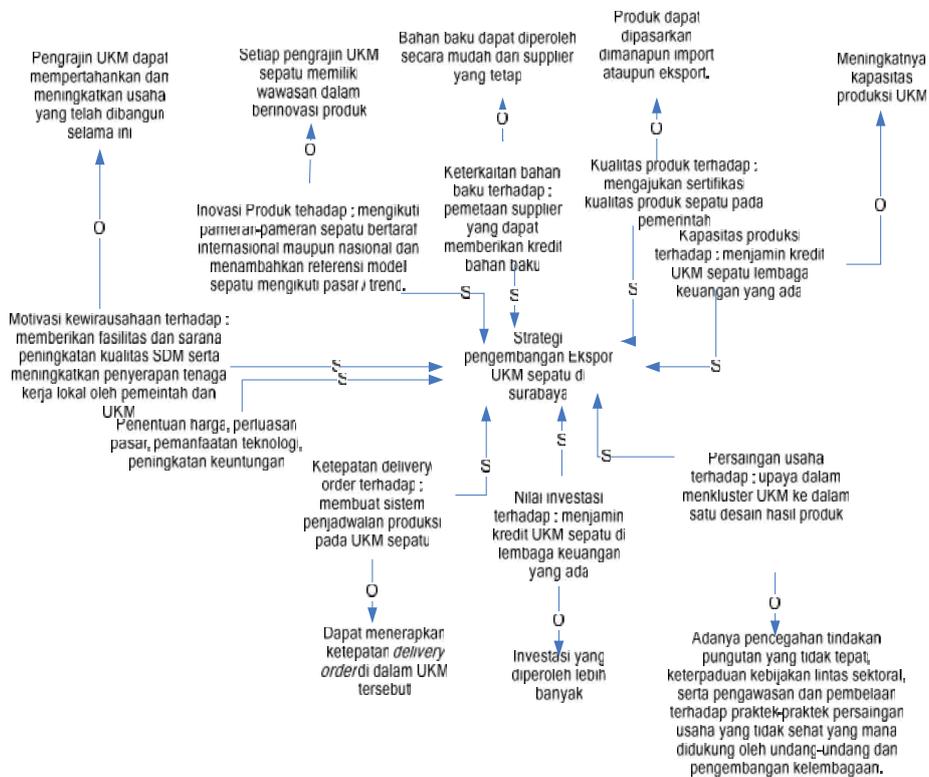
8. Ketepatan *Delivery Order*

Ketepatan delivery order memiliki pengaruh didalam pengembangan ekspor dimana menurut responden dikatakan bahwa dalam meningkatkan produksi agar permintaan selalu ada maka harus dapat menjaga atau mempertahankan retailer ataupun distributor yang memasok barang di UKM sepatu di Surabaya. Dan hal ini belum diterapkan pada UKM sepatu ini sehingga strategi yang dilakukan adalah membuat sistem penjadwalan produksi pada UKM sepatu agar dapat menerapkan ketepatan delivery order di dalam UKM tersebut.

Dari beberapa strategi diatas di dapatkan sebuah pengaruh antar strategi yang nantinya dibentuk dengan pemodelan hubungan "S" dan "O" yang dapat dilihat di Tabel 6. Dari hubungan tersebut maka dilanjutkan dengan pembuatan causal loop diagram yang ada pada Gambar 12.

Tabel 6 Hubungan "S" dan "O"

Tanda "S"		Tanda "O"	
1	Keterkaitan Bahan Baku terhadap : pemetaan <i>supplier</i> yang dapat memberikan kredit bahan baku	1	bahan baku dapat diperoleh secara mudah dari <i>supplier</i> yang tetap.
2	Motivasi Kewirausahaan terhadap : memberikan fasilitas dan sarana peningkatan kualitas SDM serta	2	pengrajin UKM dapat mempertahankan dan meningkatkan usaha yang telah dibangun selama ini
3	sertifikasi kualitas produk sepatu pada pemerintah.	3	produk dapat dipasarkan dimanapun import ataupun eksport.
4	pameran-pameran sepatu bertaraf internasional maupun nasional dan menambah referensi mengikuti pasar /	4	setiap pengrajin UKM sepatu memiliki wawasan dalam berinovasi produk
5	kredit UKM sepatu di lembaga keuangan yang ada.	5	Meningkatnya kapasitas produksi UKM
6	Persaingan Usaha terhadap : upaya dalam menkluster UKM ke dalam satu desain hasil produk	6	adanya pencegahan tindakan pungutan yang tidak tepat, keterpaduan kebijakan lintas sektoral, serta pengawasan dan pembelaan terhadap praktek-praktek persaingan usaha yang tidak sehat yang mana didukung oleh undang-undang dan pengembangan kelembagaan.
7	UKM sepatu di lembaga keuangan yang ada.	7	investasi yang diperoleh lebih banyak
8	Ketepatan <i>Delivery Order</i> terhadap: membuat sistem penjadwalan produksi pada UKM sepatu	8	dapat menerapkan ketepatan <i>delivery order</i> di dalam UKM tersebut



Gambar 12 Causal Loop Diagram strategi pengembangan ekspor UKM

Dari hasil gambar 12 didapatkan 7 strategi pengembangan ekspor namun yang dapat diterapkan pada kondisi UKM saat ini oleh Disperdagin untuk waktu jangka pendek yaitu

1. Memberikan fasilitas dan sarana peningkatan kualitas SDM serta meningkatkan penyerapan tenaga kerja lokal oleh pemerintah dan UKM
2. Pemetaan supplier yang dapat memberikan kredit bahan baku
3. Mengikuti pameran – pameran bertaraf internasional maupun nasional dan menambah referensi model sepatu mengikuti pasar / trend.

Dari ketiga strategi diatas yang sudah ada didalam program kerja Disperdagin yang nantinya akan dilaksanakan. Selanjutnya untuk strategi yang lain seperti berikut ini :

1. Upaya menkluster beberapa UKM kedalam satu desain hasil produk.
2. Mengajukan sertifikasi kualitas produk pada pemerintah
3. Membuat system penjadwalan produksi pada UKM sepatu
4. Menjamin kredit UKM sepatu di lembaga keuangan yang ada

Keempat strategi diatas merupakan program jangka panjang yang nantinya dapat mempengaruhi dalam pengembangan ekspor UKM sepatu pada Kampung sepatu

IV. Penutup

4.1 Simpulan

1. Identifikasi kriteria pengembangan ekspor UKM yang telah didapat yaitu berjumlah 13 kriteria didalam 6 variabel yang mana terdapat penambahan seperti ketepatan delivery order kriteria – kriteria itu adalah (1) keterkaitan bahan baku , (2) nilai investasi, (3) peningkatan keuntungan, (4) penentuan harga, (5) motivasi kewirausahaan, (6) penetrasi pasar, (7) pemanfaatan teknologi, (8) inovasi produk, (9) persaingan usaha, (10) kapasitas produksi, (11) kualitas produk, (12) ketepatan delivery order.
2. hasil rumusan strategi pengembangan ekspor UKM ternyata kriteria – kriteria yang mempengaruhi untuk perkembangan ekspor UKM sepatu yaitu (1) keterkaitan bahan baku, (2) Motivasi kewirausahaan, (3) kualitas produk, (4) inovasi produk, (5) kapasitas produksi, (6) persaingan usaha, (7) nilai investasi, (8) ketepatan delivery order.
3. Masing-masing kriteria tersebut memiliki beberapa strategi yang harus dilakukan dalam pengembangan ekspor UKM sepatu yaitu (1) pemetaan supplier yang dapat memberikan

kredit bahan baku, (2) memberikan fasilitas dan sarana peningkatan kualitas SDM serta meningkatkan penyerapan tenaga kerja lokal oleh pemerintah dan UKM, (3) mengajukan sertifikasi kualitas produk sepatu pada pemerintah, (4) mengikuti pameran-pameran sepatu bertaraf internasional maupun nasional, (5) menjamin kredit UKM sepatu dilembaga keuangan yang ada, (6) upaya dalam memfasilitasi terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan dan non diskriminatif bagi keberlangsungan dan peningkatan UKM, (7) membuat sistem penjadwalan produksi pada UKM sepatu

4. Strategi yang dapat dilakukan pada waktu jangka pendek ini adalah (1) memberikan fasilitas dan sarana peningkatan kualitas SDM serta meningkatkan penyerapan tenaga kerja lokal oleh pemerintah dan UKM, (2) pemetaan supplier yang dapat memberikan kredit bahan baku, (3) mengikuti pameran-pameran sepatu bertaraf internasional maupun nasional dan menambah referensi model sepatu mengikuti pasar / trend. Dan untuk strategi yang lain dilakukan untuk program waktu jangka panjang.

4.2 Saran

Adapun beberapa saran perbaikan yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya yaitu

1. Penelitian selanjutnya dapat menentukan strategi pengembangan ekspor UKM lebih dalam lagi.
2. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan UKM bertaraf internasional dan nasional

5. DAFTAR PUSTAKA

1. Abdulllah.2011. the internationalization theory and Malaysian small medium enterprises (SMEs). *international journal of trade, Economic and finance*, vol 2, no 4..
2. Ascarya,2006. Analytical network process (ANP) : pendekatan baru dalam penelitaian kualitatif. Pusat pendidikan dan studi kebanksentralan bank Indonesia.Bank Indonesia.
3. Ciptomulyono, U. (2000). Integrasi Metode Delphi dan Prosedur Analisis hirarkhis (AHP) untuk Identifikasi dan Penetapan Prioritas Objektif/Kriteria Keputusan. *jurnal IPTEK*, Vol.7
4. Disperindag.2010. situs resmi pemerintah kota Surabaya (URL: <http://www.surabaya .go.id>). diakses tanggal 20 april 2013.

5. Jesika.2012.*Analisis factor – factor yang mempengaruhi daya saing berorientasi ekspor di DKI Jakarta*.Tugas Akhir Fakultas Ekonomi, jurusan ekonomi manajemen .Universitas Gunadarma.
6. Laksono , A. 2011.*Perancangan model pengukuran kinerja klaster industry usaha kecil dan menengah komponen otomotif , waru – sidoarjo*. Tugas Akhir. Jurusan Teknik Industri.Institute teknologi Sepuluh November(ITS).
7. Narita, P. 2010. *Pemilihan prioritas pengembangan sector industry kecil menengah potensial di kabupaten bangkalan pasca pembangunan jembatan suramadu dengan metode Delphi dan ANP*. Tugas Akhir. Jurusan Teknik Industri.Institute teknologi Sepuluh November(ITS).
8. Saaty, T. L. 2001.*Decision making withdependence and feedback the analytic network process (2nd ed.)*.RWSPublication. Pittsburgh, USA
9. Sriyana, J. 2010. Strategi Pengembangan UKM: Studi Kasus di Kabupaten Bantul. *Jurnal Simposium nasional 2010: Menuju Purworjo Dinamis dan Kreatif*. Fakultas ekonomi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta