

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Kondisi Perkembangan UMKM Batik Bahri Berdasarkan Penerapan Perspektif Keuangan.

Untuk menganalisis pengembangan usaha pada UMKM Batik Bahri dengan *Balanced Scorecard*, penulis menganalisis data dari perspektif keuangan. Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data dari keuangan UMKM Batik Bahri yang terdiri dari:

- a. Pendapatan periode bulan Oktober, November dan Desember 2021
- b. Laba bersih periode bulan Oktober, November dan Desember 2021

Untuk menjawab perspektif keuangan UMKM Batik Bahri, penulis melakukan analisis data dengan menggunakan perbandingan penjualan dan laba bersih setiap bulannya. Analisis ini digunakan untuk mengetahui kondisi kinerja perkembangan UMKM jika ditinjau dari perspektif keuangan bulan yang diteliti.

Perspektif Keuangan dianalisis dengan pertumbuhan pendapatan, pertumbuhan laba dan *Net Profit Margin* (NPM)

1. Pertumbuhan Pendapatan

Indikator pertumbuhan pendapatan UMKM dilakukan dengan membandingkan total penjualan UMKM dari bulan ke bulan

$$\frac{\text{Pendapatan } t - \text{Pendapatan } t - 1}{\text{Pendapatan } t - 1} \times 100 \%$$

Tabel 5. 1 Pertumbuhan Pendapatan UMKM Batik Bahri

Bulan	Pendapatan (Rp)	Persentase (%)
Oktober	12.800.000,00	-
November	12.750.000,00	-0,39 %
Desember	9.500.000,00	-34%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5.1, pendapatan UMKM Batik Bahri tahun Oktober, November dan Desember berturut-turut adalah Rp. 12.800.000,00, Rp. 12.750.000,00 dan Rp. 9.500.000,00. Dimana pendapatan UMKM Batik Bahri dari bulan Oktober hingga November mengalami penurunan sebesar Rp. 500.000,00 atau sebesar 0,39 %, sedangkan dari bulan November hingga Desember, pendapatan UMKM Batik Bahri mengalami penurunan sebesar Rp. 9.500.00,00 atau sebesar 34%.

2. Pertumbuhan Laba

Indikator pertumbuhan pendapatan UMKM dilakukan dengan membandingkan total laba UMKM dari bulan ke bulan.

$$\frac{Laba\ t - Laba\ t-1}{Laba\ t-1} \times 100\ %$$

Tabel 5. 2 Pertumbuhan Laba UMKM Batik Bahri

Bulan	Laba (Rp)	Persentase (%)
Oktober	6.682.000,00	-
November	6.546.000,00	2,07 %
Desember	5.469.000,00	-19,69 %

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5.2, laba UMKM Batik Bahri tahun Oktober, November dan Desember berturut-turut adalah Rp 6.682.000,00, Rp. 6.546.000,00 dan Rp. 5.469.000,00. Dimana laba UMKM Batik Bahri dari bulan Oktober hingga November mengalami penurunan sebesar Rp. 136.000,00 atau sebesar 2,07%, sedangkan dari bulan November hingga Desember, laba UMKM Batik Bahri mengalami penurunan sebesar Rp. 1.077.000,00 atau sebesar 19,69%.

3. Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin (NPM) perusahaan pada bulan-bulan yang diteliti dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 5. 3 Laba Bersih, Penjualan, dan *Net Profit Margin* UMKM Batik Bahri Bulan Oktober, November, dan Desember 2021

Bulan	Laba Bersih (Rp)	Pendapatan (Rp)	<i>Net Profit Margin</i> (%)
Oktober	6.682.000,00	12.800.000,00	52,2 %
November	6.546.000,00	12.750.000,00	51,34 %
Desember	5.469.000,00	9.500.000,00	57,56 %

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pembahasan

Net Profit Margin dari tahun Oktober, November dan Desember berturut-turut adalah 52,2%, 51,34%, dan 57,56%. Hal ini berarti bahwa dalam setiap Rp 1,00 penjualan menghasilkan laba bersih sebesar Rp 0,522 ; Rp 0,513 ; dan Rp 0,575

Dari tabel perhitungan di atas dapat diketahui bahwa selama bulan Oktober sampai bulan Desember, NPM UMKM Batik Bahri mengalami penurunan pada bulan Oktober sampai bulan sebesar 0,86%. bulan November sampai bulan Desember mengalami penurunan sebesar 6,22%. Penurunan NPM bulan November dan Desember disebabkan

oleh naiknya beban dan biaya produksi yang ditanggung oleh UMKM Batik Bahri yang salah satunya disebabkan karena kelangkaan dan naiknya harga bahan baku akibat Covid-19, juga akibat dari berkurangnya penjualan sehingga berdampak pada penurunan laba dan pendapatan UMKM Batik Bahri di bulan-bulan tersebut.

5.2. Kondisi Perkembangan UMKM Batik Bahri Berdasarkan Penerapan Perspektif Pelanggan

Untuk mengukur kinerja perusahaan dari perspektif Pelanggan penulis menggunakan kuesioner yang diberikan kepada Pelanggan UMKM Batik Bahri yang selanjutnya akan dianalisis dengan *Multiattribute Attitude Model*. Kuesioner yang diberikan kepada Pelanggan digunakan untuk mengetahui kepuasan Pelanggan terhadap produk yang diberikan oleh UMKM Batik Bahri.

1. Kepuasan Pelanggan

Untuk mengukur tercapai atau tidaknya perspektif pelanggan dengan menggunakan *Multiattribute Attitude Model* (Engel, 1994 dalam Sumarwan, 2001).

- a. Dari data responden yang bersifat kualitatif diubah menjadi kuantitatif dengan cara memberi skor, yaitu:

No	Jawaban	skor
1	Sangat Penting	5
2	Penting	4
3	Cukup Penting	3
4	Sangat Penting	2
5	Sangat Tidak Penting	1

Hasil dari jawaban responden dengan kuesioner sebagai dasar

perhitungan tiap-tiap atribut diberikan skor sesuai dengan tingkat kepentingan yang diberikan dengan rumus sebagai berikut:

$$W_i = \frac{\sum(n \times skala)}{\sum n}$$

Dimana:

W_i = Tingkat kepentingan terhadap atribut i

Skala = sikap dalam atribut i yang dirasakan menurut responden yang dinilai dalam skala 1-5

n = Jumlah responden

Pengambilan keputusan yang dilakukan pelanggan dalam pembelian suatu produk batik akan mempertimbangkan atribut-atribut yang ada pada suatu produk batik tersebut. Pelanggan yang membeli batik akan mempertimbangkan atribut-atribut menurut kepentingannya. Atribut yang melekat pada produk batik akan menjadi daya tarik bagi pelanggan untuk melakukan pembelian. Untuk mengetahui sikap pelanggan terhadap produk batik, maka sebelumnya harus diketahui tentang tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut atribut yang melekat pada produk batik tersebut.

Tabel 5. 4 Tingkat Kepentingan Pelanggan terhadap Produk Batik Bahri

No.	Atribut	ST (1)	TP (2)	C (3)	PT (4)	SPT (5)	Total	N	Wi	Ranking
1.	Harga			6	24	20	214	50	4.28	5
2.	Kualitas			6	18	26	220	50	4.40	4
3.	Desain			3	20	27	224	50	4.48	3
4.	Warna			2	22	26	224	50	4.48	2
5.	Kemasan			7	10	33	226	50	4.52	1

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5.4 dapat dilihat bahwa semua atribut memiliki nilai tingkat kepentingan terhadap atribut (W_i) di atas 4. Hal ini menunjukkan bahwa semua atribut ini dinilai oleh responden memiliki arti penting bagi mereka. Jika semua

atribut tersebut diurut berdasarkan ranking, maka jelas terlihat bahwa atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tertinggi bagi responden adalah atribut kemasan. Hal ini menunjukkan bahwa responden memerlukan produk batik yang higienis dan isinya tidak rusak sehingga terjamin keamanan produknya untuk digunakan.

Peringkat kedua untuk atribut tingkat kepentingan ini adalah warna, dimana responden cenderung memilih warna produk batik berwarna kalem, juga diikuti dengan ketahanan warna yang tahan lama walau telah digunakan berulang kali

Peringkat ketiga untuk atribut tingkat kepentingan ini adalah desain. Hal ini menunjukkan bahwa responden memerlukan desain batik yang memiliki filosofi dari desain batik itu sendiri yang sesuai dengan selera mereka.

Peringkat keempat untuk atribut tingkat kepentingan ini adalah kualitas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memerlukan kualitas produk batik yang baik dan sesuai dengan selera mereka.

Selanjutnya peringkat kelima untuk atribut tingkat kepentingan ini adalah harga. Hal ini menunjukkan bahwa responden memerlukan produk batik dengan kualitas baik diikuti dengan harga yang juga terjangkau.

. b. Perhitungan nilai ideal rata-rata dan kepercayaan rata-rata

Dari data responden yang bersifat kualitatif diubah menjadi kuantitatif dengan cara memberi skor, yaitu:

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Baik/ Puas dan sangat berharap	5
2	Baik/ Puas dan berharap	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Baik/ Puas dan tidak berharap	2
5	Sangat tidak Baik/ Puas dan sangat tidak berharap	1

Hasil dari jawaban responden dengan kuesioner sebagai dasar perhitungan

nilai ideal rata-rata dengan rumus sebagai berikut:

$$Li = \frac{\sum(n \times skala) i}{\sum.n}$$

Hasil dari jawaban responden dengan kuesioner sebagai dasar perhitungan nilai ideal rata-rata dan kepercayaan rata-rata. dengan rumus sebagai berikut:

$$Xi = \frac{\sum(n \times skala) i}{\sum.n}$$

Dimana:

Li = performansi ideal pelanggan terhadap atribut i

xi = kepercayaan pelanggan terhadap atribut i

Skala = performansi atau kepercayaan pada atribut i menurut responden yang dinilai dalam skala 1-5

n = Jumlah responden

Sikap responden terhadap performansi ideal atribut produk batik dapat dilihat pada tabel 5.5. berikut ini.

Tabel 5. 5 Tingkat Harapan/Ideal Pelanggan terhadap Produk Batik

No.	Atribut	STB (1)	TB (2)	C (3)	B (4)	SB (5)	Total	N	Li
1.	Harga			9	26	15	206	50	4.12
2.	Kualitas			7	27	16	209	50	4.18
3.	Desain			19	11	20	201	50	4.02
4.	Warna		1	14	24	11	198	50	3.96
5.	Kemasan			18	7	25	207	50	4.14

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5.5. dapat dilihat bahwa semua atribut memiliki nilai performansi ideal (Li) antara rentang 3,96 - 4,18. Hal ini menunjukkan bahwa semua

atribut idealnya disajikan dalam kondisi baik dan bahkan dalam kondisi yang sangat baik. Responden menilai bahwa produk batik idealnya memiliki kualitas yang baik sesuai dengan selera mereka karena kualitas merupakan hal utama untuk setiap produk batik yang akan digunakan dalam waktu yang lama. Kemudian menurut responden, produk batik idealnya memiliki kualitas baik dengan harga yang terjangkau.

Selanjutnya menurut responden, produk batik idealnya memiliki desain yang indah namun tetap memiliki filosofi dan makna. Responden juga menilai produk batik idealnya memiliki warna kalem yang tidak terlalu mencolok, dan tidak mudah luntur walaupun sering dicuci. Berikutnya responden menilai produk batik idealnya dikemas dalam kemasan yang higienis dan isi produk terjamin sehingga aman untuk digunakan.

Sikap responden terhadap performansi aktual atribut produk batik dapat dilihat pada tabel 5.6. berikut ini.

Tabel 5. 6 Tingkat Performansi Aktual Pelanggan terhadap Produk Batik Bahri

No.	Atribut	STP (1)	TP (2)	C (3)	P (4)	SP (5)	Total	N	Xi
1.	Harga			10	18	22	212	50	4.24
2.	Kualitas		2	16	12	20	200	50	4.00
3.	Desain		9	17	4	20	185	50	3.7
4.	Warna		1	26	11	12	184	50	3.68
5.	Kemasan		2	20	11	17	193	50	3.86

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5.6 dapat dilihat bahwa keyakinan responden terhadap performansi aktual atribut produk batik Bahri semuanya berada di antara rentang nilai 3,68 – 4,24. Hal ini berarti juga bahwa Batik Bahri diyakini oleh responden

memiliki performansi aktual yang berada pada nilai baik dan bahkan pada nilai sangat baik. Responden memiliki keyakinan performansi aktual tertinggi pada atribut harga, yaitu dengan nilai rata-rata 4,24. Kemudian untuk keyakinan performansi aktual terendah ada pada atribut warna dengan nilai rata-rata 3,68. Jika diurutkan berdasar nilai rata-rata tertinggi sampai terendah, maka untuk keyakinan performansi aktual terhadap Batik Bahri adalah harga (4,24), kualitas (4,00), kemasan (3,86), desain(3,7) dan warna (3,68).

Sebagian besar responden menilai bahwa Batik Bahri memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan selera pelanggan. Kualitas batik yang baik menambah kepuasan pelanggan karena keawetan dan ketahanannya. Kemudian untuk harga, sebagian besar responden menilai Batik Bahri memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, sehingga membuat responden merasa Batik Bahri layak untuk dibeli. Selanjutnya untuk desain, sebagian besar responden menilai Batik Bahri memiliki desain yang indah dan memiliki filosofi yang bagus, begitu juga desain dari Batik Bahri sangat unik dan terbatas dibandingkan batik yang dijual di pasaran lainnya . Untuk warna, sebagian besar responden menilai produk Batik Bahri memiliki warna yang bagus dan sesuai dengan selera mereka, selain itu, karena Batik Bahri melalau proses pewarnaan alami sehingga warnanya tahan lama dan tidak mudah luntur. Berikutnya untuk kemasan Batik Bahri, sebagian besar responden menilai kemasannya mampu melindungi batik dari kerusakan sehingga membuat produk aman untuk digunakan.

3. Untuk mengetahui selisih antara performansi ideal responden terhadap atribut I dengan kepercayaan responden terhadap atribut i, dapat dihitung dengan rumus:

$$ki = |li - xi|$$

Dimana:

Ki = selisih antara performansi ideal responden dengan kepercayaan responden terhadap atribut i

l_i = performansi ideal responden terhadap atribut i

x_i = kepercayaan responden terhadap atribut i

Sikap pelanggan terhadap produk Batik Bahri disajikan dalam tabel 5.7 .
berikut ini

Tabel 5. 7 Selisih antara Performansi Ideal Responden dengan Kepercayaan Responden Terhadap Batik Bahri

No.	Atribut	Li	Xi	$ki = li - xi $
1.	Harga	4.12	4.24	0.12
2.	Kualitas	4.18	4.00	0.18
3.	Desain	4.02	3.7	0.32
4.	Warna	3.90	3.68	0.22
5.	Kemasan	4.14	3.86	0.28

Sumber: Data primer diolah, 2022

Skor sikap paling baik adalah jika performansi ideal sama dengan kenyataan performansi yang melekat pada setiap atribut. Hal ini berarti bahwa skor sikap yang paling baik adalah 0 dan skor paling buruk adalah jika kenyataan performansi pada masing-masing atribut minimal, yaitu 1. Berdasarkan tabel 5.2.4. dapat diketahui bahwa menurut pelanggan semua atribut produk Batik Bahri memenuhi sifat ideal. Secara berturut-turut atribut yang memenuhi sifat ideal adalah harga (0,12), kualitas (0,18), warna (0,22), kemasan (0,28) dan desain(0,32).

Atribut pertama yang paling memenuhi sifat ideal menurut pelanggan adalah harga. Hal ini dapat dilihat dari selisih poin antara sifat ideal yang diinginkan pelanggan dengan kenyataan performansi memiliki nilai terkecil di antara atribut lainnya, yaitu 0,12. Pelanggan merasakan harga yang diberikan batik Bahri masih terjangkau. Menurut pelanggan, harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang

ada pada Batik Bahri itu sendiri. Atribut harga ini sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan menyukai dan puas terhadap produk Batik Bahri

Atribut kedua yang memenuhi sifat ideal menurut pelanggan adalah kualitas. Pelanggan menilai kualitas Batik Bahri sesuai dengan keinginannya. Batik Bahri mampu memproduksi batik yang berkualitas dari bahan baku yang juga berkualitas. Karena kualitasnya yang baik, pelanggan sangat menyukai produk Batik Bahri ini.

. Atribut ketiga yang memenuhi sifat ideal menurut pelanggan adalah warna. Pelanggan menilai warna Batik Bahri sesuai dengan selera pelanggan. Warna pada Batik Bahri tersaji dengan baik dan turut menambah keindahan dari batik Bahri. Warna batik yang indah dan kalem ini dihasilkan juga dari proses pewarnaan alami. Warna batik yang kalem ini membuat pelanggan menyukai Batik Bahri.

Atribut selanjutnya yang memenuhi sifat ideal menurut pelanggan adalah kemasan. Kemasan Batik Bahri sesuai dengan keinginan pelanggan. Pelanggan menilai kemasannya telah memenuhi standar layaknya kemasan untuk produk batik. Adanya kemasan yang higienis mampu melindungi produk dari berbagai kerusakan. Pada kemasan Batik Bahri juga telah tercantum berbagai informasi penting berupa cara mencuci batik yang baik dan benar sesuai dengan prosedur Hal ini menjadikan pelanggan merasa aman untuk menggunakan batik tersebut. Kemudian pelanggan juga menilai tampilan kemasan secara keseluruhan menarik perhatian

Atribut terakhir yang memenuhi sifat ideal menurut pelanggan adalah desain. . Pelanggan menilai desain yang ada pada Batik Bahri sangat indah dan unik karena diproses dengan baik dan telaten oleh produsen. Pelanggan juga menyukai Batik Bahri melalui atribut desain.

4. Untuk mengetahui sikap responden, maka menggunakan Model Sikap Angka Ideal (The Ideal-Point Model), yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Ab = \sum_{i=1}^n wi |li - xi|$$

Sikap pelanggan terhadap produk Batik Bahri disajikan dalam tabel 5.8 berikut ini

Tabel 5. 8 Sikap Responden Terhadap Batik Bahri

No.	Atribut	Wi	$ li - xi $	$wi li - xi $
1.	Harga	4.28	0.12	0.5136
2.	Kualitas	4.40	0.18	0.792
3.	Desain	4.48	0.32	1.4436
4.	Warna	4.48	0.22	0.9856
5.	Kemasan	4.52	0.28	1.2656
Jumlah				4.9904

Sumber: Data primer diolah, 2022

Skor sikap paling baik adalah jika atribut memiliki skor yang rendah. Hal ini berarti bahwa skor sikap yang paling baik adalah harga diikuti dengan kualitas, warna, kemasan dan juga desain.

5. Kriteria kepuasan responden dinilai dengan menggunakan skala linear numerik dengan rumus:

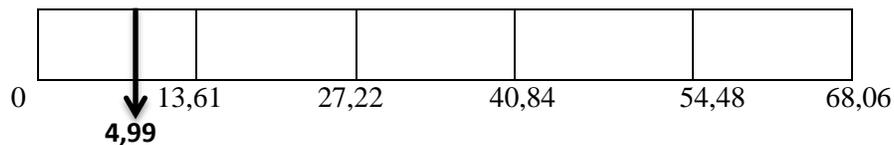
$$x = \frac{\sum wi(li-1)}{skala}$$

$$x = \frac{4,28(4,12-1) + 4,40(4,18-1) + 4,48(4,02-1) + 4,48(3,90-1) + 4,52(4,14-1)}{5}$$

$$x = \frac{13,35+13,99+13,52+12,99+14,19}{5}$$

$$x = 13,61$$

- $0 \leq Ab < 13,61$ Sangat Puas
 $13,61 \leq Ab < 27,22$ Puas
 $27,22 \leq Ab < 40,84$ Cukup Puas
 $40,84 \leq Ab < 54,45$ Tidak Puas
 $54,45 \leq Ab < 68,06$ Sangat Tidak Puas



Berdasarkan skala linear numerik di atas diketahui bahwa sikap pelanggan Batik Bahri yaitu 4,99 yang berada pada posisi antara 0 dan 13,61, hal ini berarti dapat dikatakan bahwa pelanggan Batik Bahri sangat puas dengan produk Batik Bahri.

5.3. Kondisi Perkembangan UMKM Batik Bahri Berdasarkan Penerapan Perspektif Bisnis dan Internal

5.3.1. Perkembangan inovasi produk

Indikator perkembangan inovasi produk dilakukan dengan membandingkan total produksi batik UMKM Batik Bahri dari bulan Oktober, November dan Desember dengan rumus:

$$\frac{\text{Produk } t - \text{Produk } t-1}{\text{Produk } t-1} \times 100 \%$$

Tabel 5. 9 Perkembangan Total Produksi UMKM Batik Bahri

Bulan	Unit Produksi	Persentase (%)
Oktober	91	-
November	87	-3,89
Desember	84	-11,9

Sumber: Data primer diolah, 2022

5.3.2. Distribusi

Indikator distribusi menjelaskan segmentasi wilayah pemasaran, cara dan waktu pengiriman barang ke pelanggan atau proses distribusi produk yang dilakukan UMKM sampai ke tangan pelanggan.

a. Lokal

Lokasi UMKM Batik Bahri yang terletak di tengah pusat kota Jambi menjadikannya sebagai tempat usaha yang strategis karena tidak jauh dari pusat keramaian dan wisata Kota Jambi yaitu Danau Sipin. Sehingga pelanggan setempat maupun wisatawan lokal akan sering mengunjungi UMKM Batik Bahri, didukung dengan terkenalnya Batik Bahri karena selain menjadi tempat produksi batik, sekaligus merupakan sanggar untuk berlatih batik bagi para pelajar, mahasiswa, maupun pengunjung lokal.

b. Nasional

Batik Bahri sering menjadi perwakilan Kota Jambi dalam pameran kebudayaan baik yang diadakan di kota, provinsi maupun nasional. Karena pemilik Batik Bahri juga merupakan ketua *E-craft* Provinsi Jambi, sehingga batik yang diproduksi

oleh UMKM-nya juga diminati oleh para pejabat baik itu kota, provinsi hingga nasional. Bahkan karena kualitas dari batiknya yang memiliki keunggulan pewarna alami, sehingga banyak pejabat yang memesan kain batik untuk acara tertentu.

c. Internasional

Tidak hanya pelanggan lokal maupun nasional, Batik Bahri sudah mencapai penjualan dan pemasaran hingga ke mancanegara, salah satunya adalah Malaysia dan Thailand dimana Batik Bahri sebagai bahan dasar produksi pakaian butik disana.

5.3.4. Sistem Informasi

Indikator sistem informasi berisi kemampuan sistem informasi yang dimiliki UMKM untuk membantu pengembangan UMKM untuk semakin baik. Beberapa pengabdian yang dilakukan dari beberapa institusi, salah satunya perguruan tinggi, berupa pembukuan sederhana, *e-commerce*, dan HKI, dimana hal tersebut sangat membantu dalam mengembangkan UMKM.

5.3.5. Keselamatan Kerja

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang menerapkan dan mengutamakan kesehatan dan keselamatan kerja (K3) di lingkungan kerjanya. Bahan-bahan berbahaya dalam proses pembuatan batik seperti soda api, pewarna sintesis, dan juga lilin panas membuat para pekerja harus menggunakan pelindung diri. Pelindung diri yang sering digunakan adalah masker dan juga sarung tangan.

5.3.6. Limbah

Indikator limbah diperlukan karena limbah yang dikelola tidak baik tentu akan menimbulkan dampak negatif. Proses pelorotan adalah proses yang menyumbangkan limbah terbesar karena tidak hanya malam/lilin saja yang terlepas dari kain, tetapi juga sedikit lunturan zat pewarna dan soda api yang digunakan dalam proses pelorotan. air limbah sisa pelorotan akan dialirkan ke bak penyaringan malam/lilin padat dan perangkap minyak serta pengendapan yang kemudian akan dilanjutkan ke bak penampungan limbah cair. Limbah cair tersebut akan dialirkan lagi melalui tempat bak penyaringan sebelum akhirnya masuk ke bak penampungan air bersih dan sisa limbah cair yang terletak di bagian bawah tempat penjemuran kain.

5.4. Kondisi Perkembangan UMKM Batik Bahri Berdasarkan Penerapan Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Untuk mengukur kondisi perkembangan UMKM dari perspektif pertumbuhan dan pembelajaran, penulis menggunakan kuesioner yang diberikan kepada karyawan UMKM Batik Bahri yang selanjutnya akan dianalisis dengan *Multiattribute Attitude Model*. Kuesioner yang diberikan kepada karyawan digunakan untuk mengetahui kepuasan karyawan terhadap yang diberikan oleh UMKM Batik Bahri.

1. Kepuasan Karyawan

Untuk mengukur tercapai atau tidaknya perspektif karyawan dengan menggunakan *Multiattribute Attitude Model* (Engel, 1994 dalam Sumarwan, 2001).

- a. Dari data responden yang bersifat kualitatif diubah menjadi kuantitatif dengan cara memberi skor, yaitu:

No	Jawaban	skor
1	Sangat Penting	5
2	Penting	4
3	Cukup Penting	3
4	Sangat Penting	2
5	Sangat Tidak Penting	1

Hasil dari jawaban responden dengan kuesioner sebagai dasar perhitungan tiap-tiap atribut diberikan skor sesuai dengan tingkat kepentingan yang diberikan dengan rumus sebagai berikut:

$$Wi = \frac{\sum(n \times skala)}{n}$$

Dimana:

Wi = Tingkat kepentingan terhadap atribut i

Skala = sikap dalam atribut i yang dirasakan menurut responden yang dinilai dalam skala 1-5

n = Jumlah responden

Sikap responden terhadap tingkat kepentingan kondisi kepuasan karyawan dapat dilihat pada tabel 5.10. berikut ini.

Tabel 5. 10 Tingkat Kepentingan Karyawan terhadap kondisi kerja UMKM

No.	Atribut	ST (1)	TP (2)	C (3)	PT (4)	SPT (5)	Total	N	Wi	Ranking
1.	Gaji			3	5	8	69	16	4.31	1
2.	Penghargaan			3	5	8	69	16	4.31	2
3.	Lingkungan Kerja		2	6	2	6	60	16	3.75	4
4.	Komunikasi		1	6	6	3	59	16	3.69	5
5.	Peraturan Kerja			4	5	7	65	16	4.19	3

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5.10 dapat dilihat bahwa semua atribut memiliki nilai tingkat kepentingan terhadap atribut (W_i) di antara rentang 3,69 – 4,31. Hal ini menunjukkan bahwa semua atribut ini dinilai oleh responden memiliki arti penting bagi mereka. Jika semua atribut tersebut diurut berdasarkan ranking, maka jelas terlihat bahwa atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tertinggi bagi responden adalah atribut gaji. Hal ini menunjukkan bahwa responden memerlukan gaji yang sesuai dengan kinerja mereka. Peringkat kedua untuk atribut tingkat kepentingan ini adalah penghargaan. Responden juga pastinya menginginkan kinerja yang mereka lakukan mendapatkan penghargaan dari atasan.

Peringkat ketiga untuk atribut tingkat kepentingan ini adalah peraturan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa responden memerlukan peraturan kerja yang baik sehingga dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas karyawan itu sendiri. Peringkat keempat untuk atribut tingkat kepentingan ini adalah lingkungan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa responden memerlukan lingkungan kerja yang kondusif sehingga terjamin keamanan setiap karyawan ketika melakukan pekerjaan mereka.

Selanjutnya peringkat kelima untuk atribut tingkat kepentingan ini adalah komunikasi, dimana responden cenderung menyukai suasana kerja yang komunikatif antar karyawan maupun atasan

. b. Perhitungan nilai ideal rata-rata dan kepercayaan rata-rata

Dari data responden yang bersifat kualitatif diubah menjadi kuantitatif dengan cara memberi skor, yaitu:

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Baik/ Puas dan sangat berharap	5
2	Baik/ Puas dan berharap	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Baik/ Puas dan tidak berharap	2
5	Sangat tidak Baik/ Puas dan sangat tidak berharap	1

Hasil dari jawaban responden dengan kuesioner sebagai dasar perhitungan nilai ideal rata-rata dengan rumus sebagai berikut:

$$Li = \frac{\sum(n \times skala) i}{\sum.n}$$

Hasil dari jawaban responden dengan kuesioner sebagai dasar perhitungan nilai ideal rata-rata dan kepercayaan rata-rata. dengan rumus sebagai berikut:

$$Xi = \frac{\sum(n \times skala) i}{\sum.n}$$

Dimana:

Li = performansi ideal karyawan terhadap atribut i

xi = kepercayaan karyawan terhadap atribut i

Skala = performansi atau kepercayaan pada atribut i menurut responden yang dinilai dalam skala 1-5

n = Jumlah responden

Sikap responden terhadap performansi ideal kondisi kerja dapat dilihat pada tabel 5.11 berikut ini.

Tabel 5. 11 Tingkat Harapan/Ideal Karyawan terhadap Kondisi Kerja UMKM

No.	Atribut	STB (1)	TB (2)	C (3)	B (4)	SB (5)	Total	N	Li
1.	Gaji			3	7	6	67	16	4.19
2.	Penghargaan		1	6	4	5	61	16	3.81
3.	Lingkungan Kerja		3	6	1	6	58	16	3.62
4.	Komunikasi		1	8	3	4	58	16	3.62
5.	Peraturan Kerja		1	7	4	4	659	16	3.69

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa semua atribut memiliki nilai performansi ideal (Ii). Hal ini menunjukkan bahwa semua atribut idealnya disajikan dalam kondisi baik dan bahkan dalam kondisi yang sangat baik. Responden menilai bahwa kondisi kerja idealnya memiliki gaji yang baik dan sesuai dengan kinerja dan produktivitas mereka, karena gaji merupakan hal utama untuk setiap karyawan sebagai alasan mengapa mereka bekerja di tempat tersebut. Kemudian menurut responden, kondisi kerja idealnya memiliki peraturan kerja yang baik sehingga dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas karyawan, juga UMKM tidak melupakan hak-hak dari karyawan itu sendiri.

Selanjutnya menurut responden, kondisi kerja idealnya memiliki penghargaan atas apa yang telah dicapai oleh karyawannya terkait dengan kinerja dan produktivitasnya. Responden juga menilai kondisi kerja idealnya memiliki komunikasi yang baik antar karyawan dan atasan sehingga tidak akan terjadi kesalahan komunikasi yang dapat berakibat fatal terhadap produksi batik itu sendiri. Berikutnya responden menilai kondisi kerja idealnya memiliki lingkungan kerja yang kondusif, sehingga terjamin keamanan setiap karyawan ketika melakukan pekerjaan mereka.

Tabel 5. 12 Tingkat Kepercayaan Karyawan terhadap Kondisi Kerja UMKM Batik Bahri

No.	Atribut	STP (1)	TP (2)	C (3)	P (4)	SP (5)	Total	N	Xi
1.	Gaji			3	6	7	68	16	4.25
2.	Penghargaan			3	5	8	69	16	4.31
3.	Lingkungan Kerja		2	6	2	6	60	16	3.75
4.	Komunikasi			8	5	3	59	16	3.69
5.	Peraturan Kerja			5	5	6	65	16	4.06

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5.12 dapat dilihat bahwa keyakinan responden terhadap performansi aktual kondisi kerja batik Bahri semuanya berada di antara rentang 3,69 - 4,3125. Hal ini berarti juga bahwa Batik Bahri diyakini oleh responden memiliki performansi aktual yang berada pada nilai baik dan bahkan pada nilai sangat baik. Responden memiliki keyakinan performansi aktual tertinggi pada atribut gaji, yaitu dengan nilai rata-rata 4,25. Kemudian untuk keyakinan performansi aktual terendah ada pada atribut komunikasi dengan nilai rata-rata 3,69. Jika diurutkan berdasar nilai rata-rata tertinggi sampai terendah, maka untuk keyakinan performansi aktual terhadap kondisi kerja UMKM Batik Bahri adalah gaji (4,25), penghargaan (4,3125), peraturan kerja (4,06), lingkungan kerja (3,75) dan komunikasi (3,69).

Sebagian besar responden menilai bahwa Batik Bahri memiliki kondisi kerja dengan peraturan kerja yang baik dan sesuai dengan kinerja dan produktivitas yang dihasilkan oleh karyawan. Peraturan kerja yang baik menambah kepuasan karyawan karena dapat meningkatkan rasa senang untuk bekerja dan hal tersebut berdampak pada peningkatan kinerja dan produktivitas karyawan. Kemudian untuk gaji, sebagian besar responden menilai Batik Bahri memiliki gaji yang sesuai dengan kinerja yang diberikan oleh karyawan itu sendiri, sehingga membuat responden merasa bekerja di Batik Bahri sangat layak. Selanjutnya untuk penghargaan, sebagian besar responden menilai kondisi kerja di Batik Bahri memberikan mereka jalan untuk terus belajar ke arah yang lebih baik, karena setiap karyawan melakukan kinerja yang baik, atasan selalu memberikan mereka penghargaan berupa tunjangan. Untuk lingkungan kerja, sebagian besar responden menilai lingkungan kerja di Batik Bahri memiliki suasana yang kondusif, sehingga terjamin keamanan setiap karyawan ketika melakukan pekerjaan mereka. Berikutnya untuk komunikasi di Batik Bahri, sebagian besar responden menilai komunikasi antar karyawan maupun atasan berjalan dengan baik sehingga menciptakan suasana yang dapat membuat karyawan tidak bosan.

3. Untuk mengetahui selisih antara performansi ideal responden terhadap atribut I dengan kepercayaan responden terhadap atribut i, dapat dihitung dengan rumus:

$$ki = |li - xi|$$

Dimana:

Ki = selisih antara performansi ideal responden dengan kepercayaan responden terhadap atribut i

li = performansi ideal responden terhadap atribut i

xi = kepercayaan responden terhadap atribut i

Sikap karyawan terhadap produk Batik Bahri disajikan dalam tabel. berikut ini.

Tabel 5. 13 Selisih antara Performansi Ideal Responden dengan Kepercayaan Responden Terhadap Kondisi Kerja di UMKM Batik Bahri

No.	Atribut	Li	Xi	$ki = li - xi $
1.	Gaji	4.19	4.25	0,0625
2.	Penghargaan	3.81	4.31	0.50
3.	Lingkungan Kerja	3.63	3.75	0.125
4.	Komunikasi	3.62	3.69	0.0625
5.	Peraturan Kerja	3.69	4.06	0.38

Sumber: Data primer diolah, 2022

Skor sikap paling baik adalah jika performansi ideal sama dengan kenyataan performansi yang melekat pada setiap atribut. Hal ini berarti bahwa skor sikap yang paling baik adalah 0 dan skor paling buruk adalah jika kenyataan performansi pada masing-masing atribut minimal, yaitu 1. Berdasarkan tabel 5.4.4. dapat diketahui bahwa menurut karyawan semua atribut kondisi kerja Batik Bahri memenuhi sifat ideal. Secara berturut-turut atribut yang memenuhi sifat ideal adalah gaji (0,0625), lingkungan kerja (0,125), komunikasi (0,0625). Penghargaan (0,50) dan peraturan kerja (0,38).

Atribut pertama yang paling memenuhi sifat ideal menurut karyawan adalah gaji. Karyawan merasakan gaji yang diberikan batik Bahri sesuai dengan apa yang mereka kerjakan. Menurut karyawan, gaji yang diberikan juga sesuai dengan UMR yang ada di Kota Jambi, bahkan melebihi. Atribut gaji ini sesuai dengan keinginan karyawan, sehingga karyawan menyukai dan puas bekerja di UMKM Batik Bahri

Atribut kedua yang memenuhi sifat ideal menurut karyawan adalah lingkungan kerja. Pelanggan menilai kondisi lingkungan kerja di UMKM Batik Bahri sesuai dengan standar. Karena lingkungan kerja di Batik Bahri memiliki suasana yang kondusif, sehingga terjamin keamanan setiap karyawan ketika melakukan pekerjaan mereka, membuat karyawan puas dan menyukai bekerja di UMKM Batik Bahri.

. Atribut ketiga yang memenuhi sifat ideal menurut karyawan adalah komunikasi. Karyawan menilai komunikasi antar karyawan maupun atasan berjalan dengan baik sehingga menciptakan suasana yang dapat membuat karyawan tidak bosan. Hal ini membuat karyawan puas dan menyukai bekerja di UMKM Batik Bahri.

Atribut selanjutnya yang memenuhi sifat ideal menurut karyawan adalah penghargaan. Penghargaan yang diberikan UMKM Batik Bahri sesuai dengan keinginan karyawan. Karyawan menilai kondisi kerja di Batik Bahri memberikan mereka jalan untuk terus belajar ke arah yang lebih baik, karena setiap karyawan melakukan kinerja yang baik, atasan selalu memberikan mereka penghargaan berupa tunjangan . Hal ini membuat karyawan puas dan menyukai bekerja di UMKM Batik Bahri.

Atribut terakhir yang memenuhi sifat ideal menurut karyawan adalah peraturan kerja. Hal ini dapat dilihat dari selisih poin antara sifat ideal yang diinginkan karyawan dengan kenyataan performansi memiliki nilai terkecil di antara atribut lainnya, yaitu 0,19. Karyawan menilai peraturan kerja di Batik Bahri sesuai dengan keinginannya. Batik Bahri mampu membuat peraturan kerja yang tidak

melanggar hak-hak dari karyawan itu sendiri. Karena peraturan kerja yang baik, karyawan sangat puas bekerja di UMKM Batik Bahri.

4. Untuk mengetahui sikap responden, maka menggunakan Model Sikap Angka Ideal (The Ideal-Point Model), yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Ab = \sum_{i=1}^n wi|li - xi|$$

Sikap karyawan terhadap kondisi kerja di UMKM Batik Bahri disajikan dalam tabel 5.14. berikut ini

Tabel 5. 14 Sikap Responden Terhadap Kondisi Kerja di UMKM Batik Bahri

No.	Atribut	Wi	li - xi	wi li - xi
1.	Gaji	4.31	0,0625	0,27
2.	Penghargaan	4.31	0.50	2,16
3.	Lingkungan Kerja	3.75	0.125	0.47
4.	Komunikasi	3.69	0.0625	0.23
5.	Peraturan Kerja	4.19	0.38	1.57
Jumlah				4,69

Sumber: Data primer diolah, 2022

Skor sikap paling baik adalah jika atribut memiliki skor yang rendah. Hal ini berarti bahwa skor sikap yang paling baik adalah gaji diikuti dengan lingkungan kerja, komunikasi, peraturan kerja dan penghargaan

5. Kriteria kepuasan responden dinilai dengan menggunakan skala linear numerik dengan rumus:

$$x = \frac{\sum wi(li-1)}{skala}$$

$$x = \frac{4,31(4,25-1) + 4,31(3,88-1) + 3,75(3,63-1) + 3,69(3,75-1) + 4,19(3,75-1)}{5}$$

$$x = \frac{14,01+12,07+9,87+9,98+11,20}{5}$$

$$x = 11,33$$

Skala Linear Numerik:

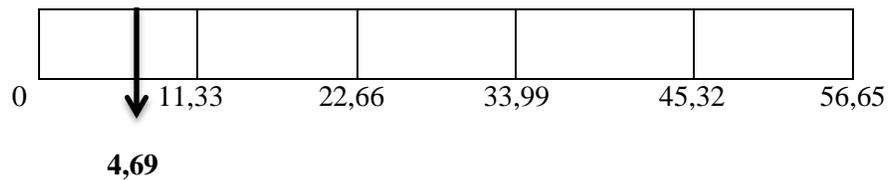
$0 \leq Ab < 11,33$ Sangat Puas

$11,33 \leq Ab < 22,66$ Puas

$22,66 \leq Ab < 33,99$ Cukup Puas

$33,99 \leq Ab < 45,32$ Tidak Puas

$45,32 \leq Ab < 56,65$ Sangat Tidak Puas



Berdasarkan skala linear numerik di atas diketahui bahwa sikap karyawan Batik Bahri adalah 4,69, yaitu berada pada posisi antara 0 dan 11,33, hal ini berarti dapat dikatakan bahwa karyawan Batik Bahri sangat puas bekerja di UMKM Batik Bahri.