

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN HIBAH BERSAING



UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING
USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM)
DALAM RANGKA MENDORONG PEREKONOMIAN
MASYARAKAT DI KABUPATEN SAROLANGUN
PROVINSI JAMBI

Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

KETUA : DAHMIRI, SE.,MM
NIDN : 0015097201
ANGGOTA : DRS. ROSIF ROHMAN, MM
NIDN : 0002115202

Dibiayai Oleh DIPA Universitas Jambi Tahun 2013 Nomor : 023.04.2.415103/2013 Tanggal
5 Desember 2012, sesuai dengan Surat Keputusan Rektor Universitas Jambi Nomor :
242/UN21/PL/2013 Tanggal 17 Mei 2013

UNIVERSITAS JAMBI
OKTOBER 2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Ujaya Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Rangka Mendorong Perekonomian Masyarakat Di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : Dahmiri, SE.,MM.
b. NIDN : 0015097201
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen
e. Nomor HP : 081366180484
f. Alamat Surat/email : Jl. Raya Jambi – Ma. Bulian Km.15 Mendalo
: 36361
: 0741 – 583 317 / Faks. 0741- 583 317 /
: cikdam08@yahoo.com

Anggota (1)

Nama Lengkap : Drs. Rosif Rohman, MM
NIDN : 0002115202
Perguruan Tinggi : Universitas Jambi

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 Tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 43.500.000,-
Biaya Keseluruhan : Rp. 43.500.000,-

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi UNJA,



Prof. Dr. H. Syamsurrijal Tan, SE., MA
NIP. 19580813 198603 1 005

Jambi, Oktober 2013
Dahmiri, SE., MM

Dahmiri, SE., MM.
NIP. 197209182005011004

Mengetahui,
Ketua Lembaga Penelitian UNJA,



Dr. Ir. Adriani, M. Si
NIP. 196701211993032001

RINGKASAN

Kabupaten Sarolangun adalah salah satu Kabupaten yang terletak dalam Provinsi Jambi yang sedang giat membangun dari berbagai sector termasuk sector usaha. UKM yang tumbuh di kabupaten ini cukup banyak. Namun demikian, masalah yang dialami UKM umumnya adalah lemahnya daya saing yang mereka miliki sehingga berdampak pada lambannya perkembangan UKM itu sendiri dan muaranya adalah lambannya pertumbuhan ekonomi.

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran umum tentang Usaha Kecil dan Menengah, mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh UKM di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi dan merumuskan upaya peningkatan daya saing UKM dalam mendorong perekonomian masyarakat di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung maupun tidak langsung dengan pihak-pihak antara lain adalah instansi terkait serta pemilik UKM, Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah studi kepustakaan (library research) dan Studi Lapangan (Field Research). Studi lapangan dilakukan melalui survey lapangan, Wawancara mendalam (*In-depth Interview*) dan kelompok diskusi terfokus (*Focusses Group Discussion*).

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tingkat daya saing Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Sarolangun masih rendah dan perlu ditingkatkan. Peningkatan daya saing tersebut dapat dilakukan pada beberapa akses antara lain akses usaha, akses pasar, akses SDm dan akses teknologi.

Kata kunci : daya saing, UKM, perekonomian masyarakat

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga laporan penelitian ini yang dilakukan oleh dosen Universitas Jambi Kampus Sarolangun ini akhirnya dapat diselesaikan.

Pada hakikatnya kegiatan ini merupakan bentuk realisasi dari kewajiban sebagai seorang dosen yang salah satunya adalah melakukan penelitian yang merupakan satu bagian dari Tri Dharma Perguruan.

Laporan penelitian ini ditulis berdasarkan hasil kegiatan penelitian tentang upaya peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah dalam rangka mendorong perekonomian masyarakat yang dilakukan di Kabupaten Sarolangun, sebagai salah satu bentuk kepedulian perguruan tinggi kepada masyarakat.

Pada kesempatan ini tim peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Jambi
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jambi
3. Ketua Lembaga Penelitian Universitas Jambi
4. Bupati Sarolangun dan jajarannya

Demikianlah, semoga kegiatan yang telah dilaksanakan oleh tim penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Sarolangun, Oktober 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
RINGKASAN	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
--------------------------	---

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah	7
2.2. Karakteristik Usaha Kecil dan Menengah	9
2.3. Kendala Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah	10
2.4. Hasil Yang Sudah Dicapai	12
2.5. Studi Pendahuluan yang Sudah Dilaksanakan	13

BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1. Tujuan penelitian	14
3.2. Manfaat Penelitian	14

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Bagan Alir Penelitian.....	15
4.2. Metode Penelitian	17

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden.....	19
5.2. Daya Saing Usaha Kecil dan menengah	22
5.3. Stategi Peningkatan Daya Saing UKM.....	29
5.4. Upaya Peningkatan Daya Saing UKM	31

BAB VI. PENUP

6.1. Kesimpulan	37
6.2. Saran	38

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1. Jenis Kelamin Responden	19
Tabrl 5.2. Usia Responden.....	19
Table 5.3. Tingkat Pendidikan Responden	20
Tabel 5.4. Jenis Usaha Responden	20
Tabel 5.5. Nilai Investasi Usaha.....	21
Tabel 5.6. Sebaran Lokasi Responden.....	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Alir penelitian	15
Gambar 5.7. Akses Kredit UKM di Kabupaten Sarolangun.....	22
Gambar 5.8. Akses Pasar UKM di Kabupaten Sarolangun	24
Gambar 5.9. Teknik Produksi UKM di Kabupaten Sarolangun	25
Gambar 2.10. Kemampuan lobi responden.....	26
Gambar 2.11. Peran Stakeholders	27
Gambar 2.12. Kendala yang dihadapi UKM.....	28

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran yang sangat penting dalam upaya peningkatan ekonomi baik di negara maju maupun negara berkembang. Di Negara-negara maju, UKM sangat penting karena kelompok usaha tersebut merupakan kelompok yang paling banyak menyerap tenaga kerja dan juga pada sisi lain kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) adalah yang paling besar jika dibandingkan dengan kontribusi dari usaha-usaha besar.

Di Indonesia peran strategis UKM juga sangat besar. Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang terus meningkat setiap tahun dari kontribusi UKM. Berdasarkan hasil survei dan perhitungan Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi UKM terhadap PDB (tanpa migas) pada Tahun 2007 tercatat sebesar 62,71 persen dan pada Tahun 2008 kontribusinya meningkat menjadi 64,47 persen.

Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, merupakan landasan dalam kebijakan pemerintah untuk mendorong usaha kecil dan menengah. Seperti disebutkan di dalam usaha ini perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya. UKM diharapkan mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensinya seperti yang disumbangkan oleh usaha besar dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Kenyataan yang kita lihat bahwa sebagian besar UKM sangat sulit berkembang

dan hanya mampu bertahan. Sudah banyak upaya yang telah dilakukan oleh berbagai pihak termasuk pemerintah dalam upaya mendorong perekonomian masyarakat ke arah yang lebih baik. Persoalan yang dihadapi bukanlah semata-mata persoalan dana meskipun dana tetap diperlukan oleh UKM. Faktor-faktor lain seperti kelembangan, input, proses, dan kualitas output yang relatif rendah diduga merupakan factor-faktor penyebabnya.

Para pengamat ekonomi memandang UKM yang tangguh dalam menghadapi krisis belum bisa dijadikan sebagai tolak ukur untuk mengatakan bahwa UKM sebagai sektor andalan, karena : **Pertama**, usaha kecil dan menengah hamper sebagian besar dalam produksinya menghasilkan barang-barang konsumsi (*consumer goods*), yang bersifat tidak tahan lama (*non-durable consumer goods*). Permintaan terhadap kelompok barang ini memiliki perubahan pendapatan (*income elasticity of demand*) yang relatif rendah. Maksudnya adalah, seandainya terjadi peningkatan pendapatan masyarakat, permintaan atas kelompok barang ini tak akan meningkat banyak, begitu juga sebaliknya, jika pendapatan masyarakat menurun akibat krisis, maka permintaan tak akan banyak berkurang. **Kedua**, sebagian besar usaha kecil dan menengah mengandalkan *non-banking financing* dalam aspek pendanaan usaha. Penyebabnya adalah dari sisi akses usaha kecil pada fasilitas perbankan sangat terbatas. **Ketiga**, umumnya usaha kecil dan menengah memiliki modal yang terbatas. Di lain pihak, mengingat struktur pasar yang dihadapi UKM mengarah pada persaingan sempurna (banyak produsen dan banyak konsumen), tingkat persaingan sangat ketat. Akibatnya, yang gulung tikar atau keluar dari arena usaha relatif banyak, namun pemain baru yang masuk dalam arena pun banyak pula. **Keempat**, terbentuknya usaha-usaha kecil baru, terutama di sektor informal, sebagai akibat dari banyaknya pemutusan hubungan kerja di sektor formal karena krisis ekonomi yang berkepanjangan.

Pemerintah sudah berupaya sebaik mungkin untuk mendorong pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha

Mikro, Kecil dan Menengah, usaha ini perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya. Dengan demikian, UKM diharapkan mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensinya seperti yang disumbangkan oleh usaha besar dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Wujud dari usaha tersebut adalah banyaknya kucuran kredit yang dialokasikan untuk pengembangan UMKM dan koperasi.

Beragam-macam skim penyaluran dana telah diimplementasikan dan berbagai upaya untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah oleh pemerintah, namun pada kenyataannya sektor ini tetap saja tidak memperlihatkan geliat. Hampir semua UKM telah menerima kucuran dana dari berbagai pihak. Dukungan dana tersebut berasal dari pemerintah pusat, pemerintah provinsi, pemerintah Provinsi/ kota dan pihak-pihak perusahaan yang bertindak sebagai pembina. Namun demikian, tidak banyak UKM yang betul-betul sukses. Persoalan yang dihadapi bukanlah semata-mata persoalan dana meskipun dana tetap diperlukan oleh UKM. Faktor-faktor lain seperti kelembangan, input, proses, dan kualitas output yang relatif rendah diduga merupakan sekian penyebab diantara banyak permasalahan.

Pada tahun 2007 jumlah industri kecil dan menengah 99,17% dari jumlah seluruh industri, sedangkan penyerapan tenaga kerja 91,87% dari seluruh tenaga kerja disektor industri, sedangkan industri besar yang jumlahnya 0,84% hanya menyerap tenaga kerja 8,13% tenaga kerja di sektor industri. Namun nilai output industri 89,4% dikuasai oleh industri besar. Anatomi ekonomi Indonesia terutama sektor industry seperti di atas ini mudah terkena imbas global terutama daya saing kelompok yang berada di atas kerucut piramida yaitu industri besar sangat lemah

akibat ketergantungan bahan baku dari impor yang tinggi karena industri besar banyak bahan baku yang masih impor.

Menurut Kuncoro (1997) krisis ekonomi memberikan pelajaran yang berharga bagi Pemerintah dan dunia usaha tentang bagaimana mengembangkan ekonomi makro Indonesia. Kebijakan yang menempatkan pertumbuhan sektor-sektor unggulan (termasuk pengusahanya) sebagai lokomotif perekonomian nasional terbukti tidak berjalan sebagaimana mestinya. Pendekatan ini didasarkan atas pertimbangan bahwa untuk memacu pertumbuhan ekonomi diperlukan pengungkit ekonomi yang mempunyai kekuatan sangat besar. Selanjutnya melalui proses "*trickle down effect*" atau tetesan ke bawah, kekuatan ekonomi besar memberikan sebagian aksesnya untuk membangun dan mengangkat usaha kecil. Namun yang terjadi justru pada usahawan besar ini lebih mendahulukan peningkatan aset mereka dibandingkan memberikan sebagian kecil usahanya digarap oleh pengusaha kecil dan menengah. Hal ini membuktikan bahwa kebijakan ekonomi dengan memprioritaskan industri besar dengan pemikiran nantinya akan menjadi pengungkit ekonomi kecil tidak terbukti bahkan justru industri / usaha kecil dapat bertahan dalam situasi krisis, sedangkan industri besar banyak yang mengalami penurunan sampai tutup (Depperindag, 2005).

Terjadinya krisis ekonomi adalah pembelajaran yang sangat penting bagi pemerintah dalam menerapkan strategi pembangunan yang lebih tepat dan berkeadilan sehingga mampu mewujudkan fundamen struktur ekonomi yang lebih kokoh. Oleh karenanya sangat tepat jika Pemerintah melakukan re-orientasi kebijakan dalam penataan ekonominya dengan mendorong terwujudnya iklim usaha yang lebih akomodatif misalnya memungkinkannya Usaha Kecil dan

Menengah (UKM) memiliki akses yang lebih luas pada pasar, lembaga-lembaga keuangan, dan teknologi yang sesuai, sehingga UKM di Indonesia mampu berperan lebih strategis dalam struktur PDB (Tambunan, 2002). UKM yang kuat sangat diperlukan terutama di negara-negara miskin dan sedang berkembang. Hal ini menurut Dally (2000) karena dua hal, yaitu: (a) UKM terbukti menjadi penyerap tenaga kerja sangat besar, dan (b) UKM dapat mempercepat proses distribusi pendapatan dan meminimalkan kesenjangan pendapatan antara kelompok masyarakat. Namun demikian masih mengandung kelemahan-kelemahan seperti akses dan intervensi pasar, modal, dan teknologi serta lemahnya manajemen (Tambunan, 2002). UKM yang kuat akan mendorong terwujudnya kemitraan yang kondusif dengan perusahaan-perusahaan besar dan juga dengan usaha-usaha kecil lainnya. Dally (2000) menemukan banyak perusahaan besar di negara maju yang berkembang pesat karena didukung oleh UKM yang menjadi mitra strategisnya. Di Indonesia peran UKM lebih banyak dikaitkan dengan upaya pemerintah dalam mengurangi pengangguran, kemiskinan dan peningkatan pemerataan pendapatan dibandingkan sebagai penggerak ekspor dan sumber investasi serta pembangunan ekonomi di daerah (Tambunan, 2002). Hal ini tidak berbeda dalam konteks industrialisasi dimana UKM ditujukan pula untuk mengurangi kesenjangan dan meningkatkan pemerataan, walaupun UKM dianggap sebagai lembaga ekonomi yang tidak efisien disebabkan harga bahan baku yang mahal, penggunaan tenaga kerja yang tidak terampil, modal investasi yang terbatas dan pangsa pasar terbatas yang berakibat pada tingginya biaya produksi dan harga jual menjadi tinggi pula (Anderson, 1982). Sementara di sisi lain UKM dinilai mampu dijadikan alat untuk meningkatkan lapangan kerja, mengurangi kesenjangan dan kemiskinan.

Oleh karena itu, agar peran dari UKM bisa optimal maka harus diupayakan peningkatan daya saing sehingga pada akhirnya dapat mendorong perekonomian masyarakat.

Kabupaten Sarolangun adalah salah satu Kabupaten yang terletak dalam Provinsi Jambi, merupakan salah satu kabupaten yang sedang berkembang. UKM yang tumbuh di kabupaten ini cukup banyak. Namun demikian, masalah yang dialami UKM umumnya adalah lemahnya daya saing yang mereka miliki sehingga berdampak pada lambannya perkembangan UKM itu sendiri dan muaranya adalah lambannya pertumbuhan ekonomi.

Oleh karena itu, agar UKM bisa optimal dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sarolangun, maka harus dilakukan studi yang mampu memberikan gambaran tentang sejauh mana tingkat daya saing UKM dalam mendorong peningkatan perekonomian masyarakat di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

Usaha kecil adalah perusahaan yang memperkerjakan karyawan antara 5-19 orang, sementara usaha menengah adalah perusahaan yang memperkerjakan karyawan antara 20-99 orang (Haryadi, 2008).

Usaha kecil adalah perusahaan yang memiliki modal minimal Rp.500.000, (Departemen Perindustrian). Usaha kecil adalah perusahaan yang memperkerjakan 5-10 karyawan (Departemen Perindustrian).

Industri kecil adalah suatu kegiatan usaha industri yang memiliki nilai investasi sampai dengan Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Sedangkan industri kecil menengah adalah usaha industri dengan nilai investasi perusahaan sampai dengan Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha (SK Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 589/MPP/KEP/10/1999). (Anonim, 2008b).

Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah-tangga maupun suatu badan, bertujuan untuk memproduksi barang ataupun jasa untuk diperniagakan secara komersial, yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp.200 juta, dan mempunyai nilai penjualan per tahun sebesar Rp 1 milyar atau kurang. (UU No. 9 tahun 1995).

Berdasarkan Undang-undang Nomor 9 tahun 1995, disebut sebagai industri kecil harus mempunyai kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau

- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000,- (satu miliar rupiah);
- c. milik Warga Negara Indonesia;
- d. berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar;
- e. berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Sedangkan berdasarkan Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 (Anonim, 2008a), usaha menengah mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,-(sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- b. milik Warga Negara Indonesia;
- c. berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha besar;
- d. berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum dan atau badan usaha yang berbadan hukum.

Usaha Kecil 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. Sementara itu, Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. (UU No.20 tahun 2008).

Pemerintah memberikan batasan tentang Usaha kecil yaitu: (1) memiliki kekayaan bersih (*aset*) bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan paling banyak Rp 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, (2), hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 milyar, (3) milik warganegara Indonesia, dan (4) berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan.

Sementara Usaha Menengah adalah: Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut: (1) a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), (2) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak, (3) termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.2. Karakteristik Usaha Kecil dan Menengah

Usaha kecil dan menengah memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Alasannya adalah: (1) secara kuantitatif jumlah mereka cukup besar, yang mayoritas melayani secara langsung kebutuhan sehari-hari masyarakat luas. Di negara maju rata-rata UKM lebih dari 90 persen dari seluruh unit usaha. *Kedua*, secara total asset mereka memiliki kontribusi dan potensi yang cukup besar terhadap perekonomian nasional (**Prawiranegara**, 1998).

Karakteristik usaha kecil di Indonesia dapat dipisah menjadi dua bagian. Karakteristik yang pertama merupakan cirikhas dan sekaligus keunggulan dari usaha kecil tersebut. Beberapa karakteristik usaha ini antara lain: (1) skala usaha kecil baik dilihat dari modal, tenaga kerja, dan pasar, umumnya terdapat di perdesaan, kota kecil atau pinggiran kota besar dengan status kepemilikan pribadi, (2) status usaha milik pribadi dan keluarga, (3) sumber TK berasal dari lingkungan social budaya (etnis atau geografis), (4) pola kerja sering paro waktu atau berupa usaha sampingan, (4) pengelolaan usaha yg sederhana dan terbatas dalam mengadopsi teknologi, (5) sangat tergantung pada sumber modal sendiri, (6) sering tidak memiliki izin usaha dan persyaratan usaha tidak dipenuhi, (7) strategi perusahaan sering tergantung pada lingkungan.

Sementara itu karakteristik kedua yang sekaligus merupakan kelemahan dari usaha kecil di Indonesia yaitu: (1) intensitas perubahan usaha sring terjadi sehingga sulit untuk membangun spesialisasi dan profesionalisme usaha, (2) ketidakstabilan mutu produk, cenderung ingin mencari keuntungan cepat dan jangka pendek, (3) sulit dalam meningkatkan skala usaha dengan cepat, (4) manajemen usaha tidak dikelola dengan baik (keuangan, organisasi dll), (5) Kebersamaan yang dimiliki (terutama dalam produksi) menyebabkan persaingan menjadi terbatas, (6) Kebanyakan UK merupakan usaha untuk mempertahankan hidup. (Sucherly, 2003)

2.3. Kendala Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah

Hasil survey Pusat Studi UKM UIEU (Mai 2008), menunjukkan tingkat permasalahan dari 30 UKM yang dibina dengan urutan permasalahan adalah : keuangan, pemasaran, tenaga kerja dan produksi.

Dari sisi keuangan sebenarnya telah banyak pihak yang telah membantu UKM. Dalam konteks keuangan, berbagai pihak harus memahami bahwa permasalahan UKM tidak hanya semata-mata menyangkut masalah keuangan atau modal. Banyak juga

UKM yang masalahnya adalah diluar sektor permodalan. Dalam konteks ini yang dibutuhkan oleh UKM seperti ini bukan hanya modal akan tetapi pembinaan. Tambunan (2009) menyebutkan bahwa meski modal mengalir cukup banyak ke UKM, namun jika tidak diikuti oleh pembinaan terutama tentang bagaimana memanfaatkan bantuan yang diterima maka UKM akan cenderung tidak berhasil.

Sucherly (2006) juga menyatakan bahwa jumlah Usaha kecil sangat banyak tetapi tidak konsisten, bukan yang lama tambah yang baru, namun seringkali pula yang lama mati dan kemudian muncul yang baru. Faktor ini pulalah yang menyebabkan jumlah dari UKM sulit untuk diidentifikasi. Karena usaha kecil banyak yang tidak teridentifikasi, maka usaha kecil tersebut banyak pula yang luput dari perhatian pemerintah.

Tambunan (2007) menyatakan bahwa usaha kecil sebagian besar didorong oleh motivasi usaha individu dan tidak berangkat dari keahlian (*skill*), manajemen usaha. Oleh karena itu usaha kecil seringkali menyebabkan semakin meningkatnya masalah sosial, padahal umumnya usaha kecil telah mendapat perhatian yang cukup besar dari pemerintah. Menurut Tambunan, beberapa faktor yang menyebabkannya antara lain: (1) perhatian pemerintah yang relatif kurang terfokus dan kurang berpihak kepada sektor ini.

Tambunan (2007) menyatakan bahwa meski diakui ketangguhannya, namun peran UKM dalam perekonomian nasional ternyata masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh sulitnya akses dalam pendanaan. Walaupun berbagai lembaga dan skim kredit untuk UKM telah dibentuk, kesulitan pengadaan bahan baku, ketergantungan produk UKM terhadap pasar domestik, belum tersedianya SDM yang handal sesuai dengan kebutuhan, belum siapnya UKM dalam menghadapi persaingan global karena produktivitas dan mutu yang rendah, masih lemahnya akses terhadap sumber informasi (pasar, teknologi dan disain), rendahnya penguasaan teknologi, serta sederet faktor lain merupakan UKM sulit berkembang.

Kendala lain dalam upaya peningkatan daya saing UKM terutama usaha kecil karena sering ditemui inkonsistensi di kalangan pembuat kebijakan. Adanya dualisme kepentingan antara komitmen politik dan pemerintah untuk mengembangkan UKM dengan langkah nyata di tataran program operasional dari berbagai pihak/otoritas terkait antara lain : (1) dukungan sumberdaya, prasarana/sarana penunjang, bantuan teknik, insentif, perlakuan kemudahan (fasilitasi), (2) banyak pola-pola bantuan teknik³ yang kurang efektif, antara lain karena penerapan pola umum tersebut secara atas-bawah (top-down) kurang mempertimbangkan aspek kelayakannya menurut kondisi spesifik obyek binaan di lapangan, serta kurang konsistennya dukungan sumberdaya dan lemahnya manajemen, (3) kurangnya pendekatan pemecahan masalah pengembangan secara komprehensif, dengan konsekwensi pentingnya keterpaduan dalam pelaksanaan, (4) belum efektifnya mekanisme bawah-atas (bottom-up) di lapangan, (5) banyak program pemberdayaan, khususnya kegiatan pendidikan dan pelatihan banyak yang kurang memenuhi kebutuhan nyata dari obyek binaan di lapangan, (6) intervensi pemerintah, termasuk sistim insentif yang ada sering kali kurang menyentuh kebutuhan sektor riil. Pengembangan sistim insentif baru sering terkendala oleh cara pandang sempit dan kepentingan jangka pendek, serta (7) kekhawatiran akan penyalah-gunaan karena lemahnya aspek pengawasan.

2.4. Hasil yang Sudah Dicapai

Beberapa penelitian yang telah dilakukan berhubungan dengan Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan Perekonomian Masyarakat antara lain :

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Ade Octavia dkk (2012), dengan judul Evaluasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Penerima Bantuan Pemerintah dan

Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha bersangkutan dalam rangka Mendorong Perekonomian Provinsi Jambi, menyimpulkan bahwa Modal bukanlah satu-satunya faktor penghambat berkembangnya koperasi. Faktor-faktor lain yang juga menjadi penghambat berkembangnya koperasi penerima bantuan adalah kualitas sumberdaya manusia, seleksi, perencanaan, pembinaan, pengawasan, serta kebijakan pemerintah.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Bappeda Kabupaten Sarolangun tentang studi kelayakan potensi investasi di Kabupaten Sarolangun Tahun Anggaran 2009 menyimpulkan bahwa berdasarkan analisis dengan menggunakan 4 (empat) criteria investasi, ternyata UKM di Kabupaten Sarolangun ini layak untuk dikembangkan. Empat kriteria tersebut adalah *Net Present Value*, *Benefit Cost ratio*, *Internal Rate of Return*, dan *Pay Back Period*.

2.5. Studi Pendahuluan yang Sudah Dilaksanakan

Studi pendahuluan yang sudah dilaksanakan adalah mengumpulkan informasi tentang Usaha Kecil dan Menengah yang terdapat di Kabupaten Sarolangun dan mengumpulkan literatur-literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Informasi yang telah diperoleh berupa jenis usaha yang ditekuni masyarakat dan lokasi usaha. Informasi ini akan menjadi pedoman dasar dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui gambaran umum Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi.
2. Mengidentifikasi dan Menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh UKM di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi
3. Merumuskan upaya peningkatan daya saing UKM dalam mendorong perekonomian masyarakat di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi.

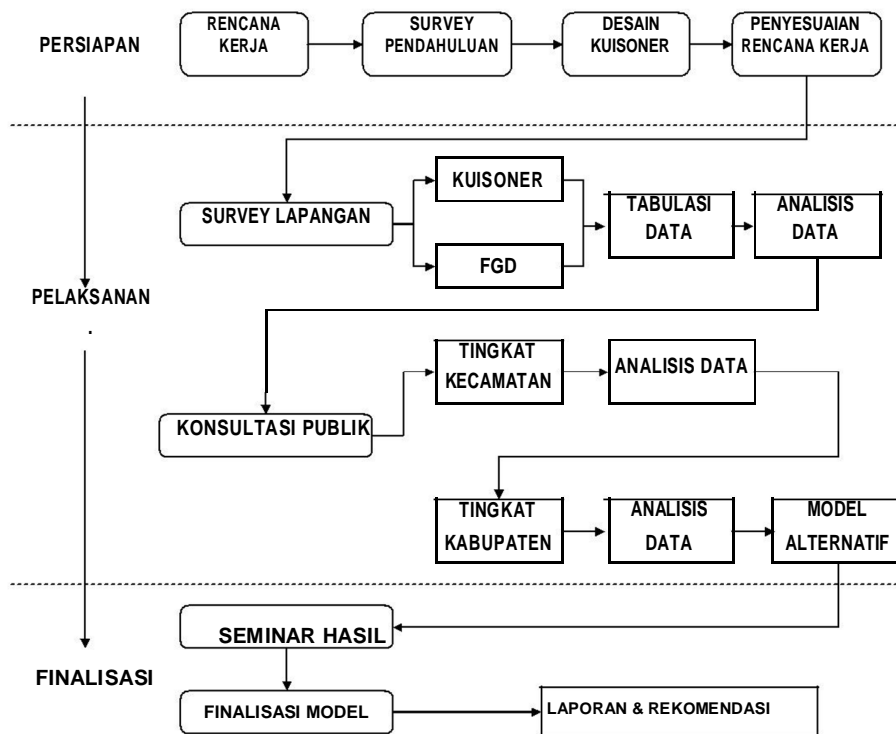
3.2. Manfaat Penelitian

1. Dari survey literatur yang sudah dilakukan, di peroleh informasi bahwa masih relatif sedikit penelitian ilmiah yang menganalisis secara mendalam mengenai upaya peningkatan daya saing UKM dalam mendorong perekonomian masyarakat.
2. Manfaat dari penelitian ini adalah berupaya mencari model dalam peningkatan daya saing UKM dalam mendorong perekonomian masyarakat di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi.
3. Hasil akhir dari penelitian ini akan sangat berguna bagi UKM, masyarakat sekitar lingkungan UKM dan pemerintah. UKM memperoleh pedoman dalam peningkatan peningkatan daya saing UKM, masyarakat sekitar lingkungan usaha memperoleh manfaat mendorong perekonomian, pemerintah dapat memperoleh model dalam upaya pembinaan UKM di wilayahnya.

BAB IV
METODE PENELITIAN

4.1. Bagan Alir Penelitian

Bagan alir penelitian ini menggambarkan proses pelaksanaan selama penelitian dilakukan. Adapun gambaran bagan alir penelitian adalah :



Gambar 1. Bagan Alir Penelitian

Tahapan kegiatan dalam pengkajian Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Rangka Mendorong Perekonomian Masyarakat Di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi adalah :

1. Tahap Persiapan mencakup beberapa kegiatan utama seperti penyusunan rencana kerja kegiatan, analisis data sekunder untuk penentuan lokasi dan

sasaran pengambilan data serta penyusunan daftar pertanyaan. Penyusunan daftar pertanyaan dilakukan setelah dilaksanakannya survey pendahuluan agar item-item pertanyaan dapat lebih fokus dan sesuai dengan kebutuhan data dan informasi studi.

2. Tahap Pelaksanaan meliputi beberapa kegiatan yang terkait dengan pengumpulan dan analisis data, serta penyusunan draft strategi alternatif dengan menggunakan metode survey lapangan dengan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut :
 - a. Pengumpulan data primer melalui pengisian daftar pertanyaan (kuisisioner), dan wawancara langsung (interview) terhadap sampel yang terpilih melalui teknik penarikan contoh secara sengaja (*purposive sampling*).
 - b. Pengumpulan data dan informasi melalui kegiatan forum diskusi terfokus atau *Focussed Group Discussion* (FGD) dengan peserta para pakar, instansi terkait, akademisi dan UKM.
 - c. Data dan informasi yang diperoleh melalui survey adalah data primer selanjutnya disusun dan dianalisis untuk menjadi daftar dan informasi yang mencakup sikap dan persepsi, aspirasi dan harapan masyarakat, serta faktor-faktor yang menjadi kendala UKM dalam peningkatan daya saing.
 - d. Konsultasi dengan instansi terkait tingkat kabupaten untuk membahas data dan informasi yang telah dikumpulkan dengan peserta dari berbagai SKPD terkait, Bappeda, perwakilan UKM maupun perguruan tinggi.
3. Tahapan Finalisasi merupakan tahapan akhir kegiatan sebelum laporan akhir yang memuat rekomendasi kebijakan.
 - a. Seminar Hasil Kajian dilakukan sebelum laporan akhir kegiatan dengan

topik draft model alternatif terpilih dengan tujuan untuk penyempurnaan rancangan model solusi alternatif agar lebih aplikatif dan adanya komitmen pihak-pihak dalam mendukung pelaksanaan program pengembangan UKM.

- b. Finalisasi Model dilakukan setelah pengolahan data saran dan kritik dalam kegiatan seminar yang mencakup model solusi alternatif final, jenis dan bentuk program pendukung, partisipasi pihak-pihak, kebutuhan dan sumber pendanaan serta pola kerjasama dalam integrasi horizontal program.
- c. Pelaporan mencakup laporan akhir kegiatan dan ringkasan eksekutif yang akan didistribusikan kepada pihak-pihak terkait.

4.2. Metode Penelitian

4.2.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung maupun tidak langsung dengan pihak-pihak antara lain adalah instansi terkait serta pemilik UKM. Informasi dari instansi terkait menyangkut mengenai upaya yang telah dilakukan dan pola pembinaan yang dilaksanakan, sedangkan informasi yang dibutuhkan dari UKM adalah pola dan strategi mereka mengelola usaha.

Sementara itu data sekunder akan diperoleh dari instansi-instansi terkait, antara lain: Dinas Perindustrian Kabupaten Sarolangun, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Badan Pusat Statistik Kabupaten Sarolangun serta dinas-dinas yang melakukan pembinaan terhadap UKM di Kabupaten Sarolangun.

4.2.2. Metode Pengambilan Sampel

Sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling, dengan menetapkan secara sengaja lokasi penelitian. Responden yang dijadikan sampel adalah para

pemilik UKM. Pemilihan sampel didasarkan kepada wilayah yaitu seluruh kecamatan (10 kecamatan) dalam Kabupaten

Untuk memperoleh data dari kuesioner agar mempunyai nilai objektivitas yang tinggi, maka studi ini tidak mengutamakan baik kuantitas responden maupun kualitas responden. Untuk pelaku UKM, responden yang diambil adalah pemilik yang langsung terjun dan bergerak dalam usaha kecil dan menengah.

4.2.3. Pendekatan Penelitian dan Analisis

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah studi kepustakaan (library research) dan Studi Lapangan (Field Research). Studi lapangan dilakukan melalui survey. Dengan pendekatan ini diharapkan akan diperoleh informasi yang gamblang mengenai kondisi yang sesungguhnya (*existing condition*) mengenai objek penelitian. Untuk mendapatkan suatu kajian yang mendalam mengenai UKM maka di dalam studi ini dilakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait antara lain pelaku atau pemilik UKM dan pemerintah. Secara rinci beberapa kegiatan lapangan kegiatan survey lapangan dilakukan dengan beberapa kelompok yakni:

1. Survey lapangan dilakukan terhadap usaha kecil dan menengah yang berada di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi.
2. Wawancara mendalam (*In-depth Interview*) terhadap usaha kecil dan menengah, serta pihak-pihak terkait dengan pengembangan UKM di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi.
3. Kelompok diskusi terfokus (*Focusses Group Discussion*) dengan beberapa pihak yang dianggap menguasai persoalan UKM.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden

Dari hasil pengolahan data dari kuesioner yang disebarkan, diperoleh karakteristik responden sebagai berikut :

Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Pria	60	63,0
Wanita	35	37,0
Jumlah	95	100

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 5.1 terlihat bahwa mayoritas responden adalah pria, sedangkan sisanya adalah wanita. Ini menunjukkan bahwa aktivitas Usaha Kecil dan Menengah lebih didominasi oleh pria.

Tabel 5.2 Usia Responden

Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
< 20 Tahun	3	3,0
20 – 35 Tahun	25	29,0
36 – 50 Tahun	47	49,0
> 50 Tahun	20	21,0
Jumlah	95	100

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 5.2 terlihat bahwa mayoritas responden yang merupakan pemilik usaha kecil dan menengah adalah yang berusia antara 36 sampai dengan 50 tahun. Hal ini disebabkan karena pada usia kisaran tersebut, pemilik usaha sudah mapan dan yakin dalam menjalani usahanya sehingga tidak lagi terpengaruh untuk beralih pada profesi lain lagi.

Tabel 5.3 Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
SD	2	2
SLTP	20	21
SLTA	58	61
Akademi / D3	10	11
Sarjana	5	5
Jumlah	95	100

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 5.3 dapat dijelaskan bahwa secara kumulatif responden memiliki tingkat pendidikan dalam kisaran SLTA), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat pendidikan yang cukup untuk mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner, sehingga jawaban responden ini relatif dapat dipercaya.

Tabel 5.4 Jenis Usaha Responden

Jenis Usaha	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Tahu Tempe	7	7
Roti	5	5
Gula kelapa	5	5
Dodol	5	5
Aneka Keripik	8	8
Depor Air Isi Ulang	9	9
Toko Pakaian	6	6
Kunsen	6	6
Percetakan	6	6
Batu Bata & Genteng	10	11
Teralis	7	7
Furniture dari Kayu	7	7
Servis Motor	9	9
Salon Kecantikan	5	5
Jumlah	95	100

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 5.4 terlihat bahwa responden dipilih dari berbagai jenis bidang usaha kecil dan menengah, dimana pengambilan sampel yang dijadikan responden

hamper merata disetiap bidang usaha. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh lebih merata dan lebih akurat karena didapat dari berbagai jenis usaha kecil dan menengah.

Tabel 5.5. Nilai Investasi Usaha

Nilai Investasi (Rp)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
< Rp. 20.000.000	43	45
Rp. 21.000.000 – Rp. 40.000.000	15	16
Rp. 41.000.000 – Rp. 60.000.000	14	15
Rp. 61.000.000 – Rp. 80.000.000	10	11
Rp. 81.000.000 – Rp. 100.000.000	8	8
>Rp 100.000.000	5	5
Jumlah	100	100

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 5.5 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki nilai invests dalam usahanya mayoritas di bawah Rp 20.000.000,- atau sebanyak 45%, sedangkan yang memiliki nilai investasi di atas Rp 100.000.000,- hanya 5 orang atau 5% dari jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa para responden memiliki kemampuan finansial yang masih perlu diberdayakan.

Tabel 5.6. Sebaran Lokasi Responden

Kecamatan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sarolangun	20	21
Pelawan	14	15
Singkut	14	15
Cermin Nan Gedang	7	7
Limun	6	6
Batang Asai	5	5
Mandi Angin	7	7
Air Hitam	7	7
Pauh	8	8
Bathin VIII	7	7
Jumlah	95	100

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 5.6 menunjukkan bahwa responden yang terbanyak adalah di Kecamatan Sarolangun yaitu sebanyak 20 orang atau sebesar 21 % lalu disusul responden dari kecamatan Singkut dan Pelawan masing-masing 14 orang atau 15%, sedangkan responden paling sedikit dari kecamatan Batang Asai yaitu 5 orang.

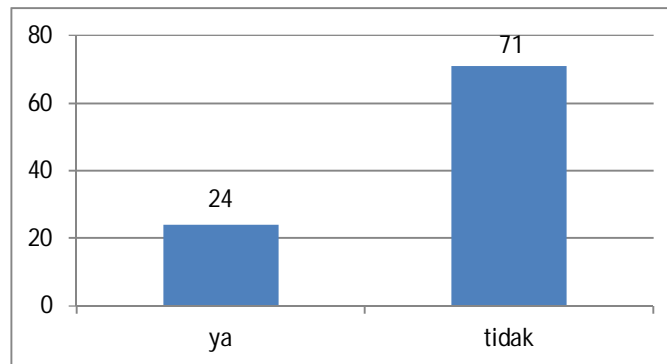
5.2. Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah

Daya saing usaha kecil dan menengah diukur dengan beberapa akses, yaitu usaha, pasar, sumberdaya manusia (SDM) serta teknologi dan masing-masing akses tersebut memiliki indikator pengukuran yang berbeda.

5.2.1. Akses usaha

Untuk mengetahui tingkat daya saing salah satu caranya adalah kemampuan UKM dalam memperoleh bantuan kredit. daya saing usaha kecil dan menengah di daerah penelitian seperti pada Gambar berikut :

Gambar 5.7. Akses Kredit Usaha Kecil dan Menengah Di Kabupaten Sarolangun



Sumber : Data primer diolah (2013)

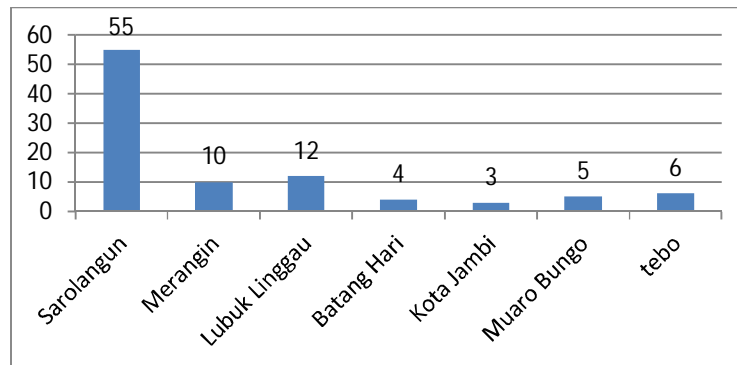
Dari 95 responden UKM, yang menyatakan pernah mendapatkan kredit hanya 24 responden (25%) dari berbagai lembaga keuangan, perorangan, maupun

dari instansi pemerintah. Dari Gambar 5.7 terlihat bahwa responden yang menyatakan pernah mendapatkan kredit jauh lebih kecil dibandingkan yang menyatakan tidak pernah mendapatkan kredit. Sebanyak 71 orang (75%) menyatakan tidak mendapatkan kredit dari manapun dalam melakukan kegiatan usaha. Ironisnya lagi sebagian dari mereka mengaku tidak mengetahui bagaimana cara untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan seperti bank. Prosedur peminjaman yang rumit dan hamper semua lembaga keuangan meminta jaminan, serta besarnya bunga pengembalian juga terasa memberatkan, juga menjadi penyebab rendahnya tingkat daya saing dari aspek akses usaha ini disebabkan oleh UKM itu sendiri yang pada umumnya tidak dapat memenuhi apa yang menjadi syarat peminjaman. Pada sisi lain pihak perbankan belum sepenuhnya menaruh kepercayaan terhadap usaha mereka yang rata-rata adalah usaha skala kecil, serta kurangnya pembinaan dan penyuluhan di daerah penelitian.

5.2.2. Akses pasar

Sebagian besar pelaku Usaha kecil dan Menengah di daerah penelitian masih kurang mengerti berapa besar permintaan, desain produk dan kisaran harga, kualitas dan pelayanan yang disukai oleh masyarakat luas. Mereka cenderung hanya melakukan kegiatan produksi mengikuti desain dan pelayanan yang hampir sama antara satu UKM dengan UKM lainnya tanpa memperhatikan desain dan kualitas produk yang diinginkan konsumen secara pasti, bahkan ada juga yang mencontek desain produk dari pengusaha lain. Dari beberapa penjelasan mengenai akses pasar, menunjukkan bahwa tingkat daya saing responden UKM dalam memanfaatkan sumber informasi pasar relatif masih rendah. Pemasaran produk skala kecil dan menengah di Kabupaten Sarolangun adalah sebagai berikut :

Gambar 5.8. Akses Pasar Usaha Kecil dan Menengah Di Kabupaten Sarolangun



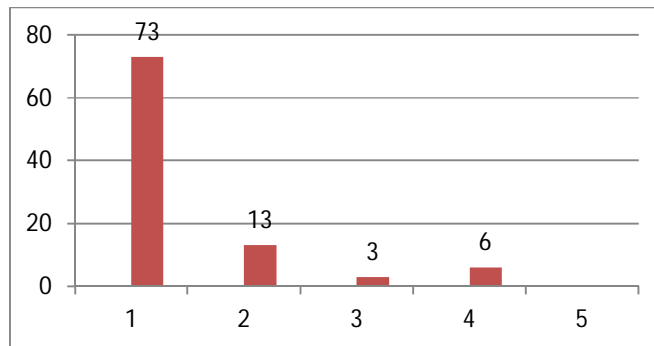
Sumber : Data primer diolah (2013)

Dari gambar 5.8 dapat kita lihat bahwa sebagian besar, hasil produksi UKM Kabupaten Sarolangun untuk memenuhi pasar local yaitu Kabupaten Sarolangun sendiri yaitu 55 UKM (58%), sedangkan untuk akses pasar kabupaten tetangga masih sangat kecil, misalnya Kabupaten Meerangin hanya 10 UKM (11%) dan Kabupaten Lubuk Linggau 12 UKM (13%). Jika kita amati maka dapat kita simpulkan bahwa akses pasar UKM masih sangat rendah untuk menembus pasar di luar Kabupaten Sarolangun. Hal ini terjadi karena kurangnya ketersediaan akses informasi tentang pangsa pasar yang bias dimasuki oleh UKM yang ada di Kabupaten Sarolangun.

5.2.3. Akses Teknologi

Maksud dari akses teknologi dalam penelitian ini berkaitan dengan proses produksi, khususnya teknik produksi yang digunakan oleh responden. Teknik produksi UKM adalah sebagai berikut :

Gambar 5.9. Teknik Produksi Usaha Kecil dan Menengah Di Kabupaten Sarolangun



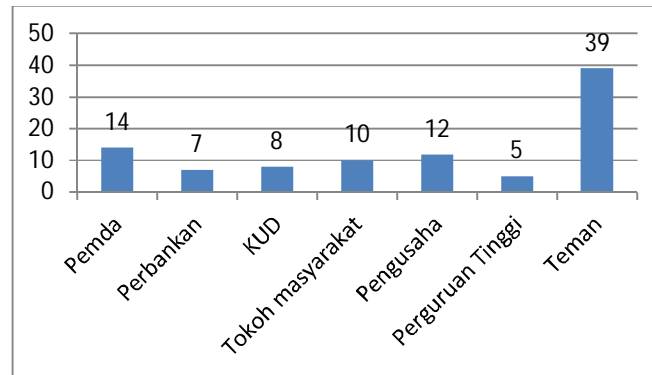
Sumber : Data primer diolah (2013)

Dari Gambar 5.9 diketahui bahwa sebagian besar responden (77 %) menggunakan teknik produksi secara turun-temurun yang masih bersifat tradisional dan pada umumnya tidak memperhatikan pola produksi bersih (*Clean Production*). Masih sedikit sekali responden yang melakukan perubahan perbaikan teknologi dalam memproduksi barang. Masih sedikit sekali responden yang mengikuti pelatihan formal dalam teknik produksi barang. Hal tersebut terjadi karena untuk menciptakan dan mengembangkan teknologi diperlukan biaya tinggi. Disamping itu pada umumnya masalah teknologi ditangani oleh bagian *research and development* (R&D), sedangkan pada UKM struktur organisasinya masih sangat sederhana yang tidak memiliki bagian *research and development*.

5.2.4. Kemampuan Lobi

Lobi adalah hubungan antara pelaku UKM dengan stakeholder dalam melakukan kegiatan usahanya. kemampuan dan keberanian untuk lobi responden dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 5.10. Kemampuan Lobi Responden



Sumber : Data primer diolah (2013)

Kemampuan lobi responden yang ditunjukkan oleh gambar 5.10 adalah masih rendahnya kemampuan responden dalam melobi pihak-pihak yang seharusnya menjadi sasaran yang akan mampu membantu peningkatan daya saing UKM. Lobi yang paling banyak dilakukan oleh responden hanya kepada teman yaitu sebanyak 39 responden (41%). Kemampuan lobi kepada pihak Pemda hanya dilakukan 14 responden (15%), kepada pengusaha hanya 12 responden (13%).

Secara keseluruhan berdasarkan pada Tabel 5.10 dapat dikatakan bahwa kemampuan dan keberanian untuk lobi bagi responden di daerah penelitian adalah masih relatif kecil. Hal ini terlihat dari indikator:

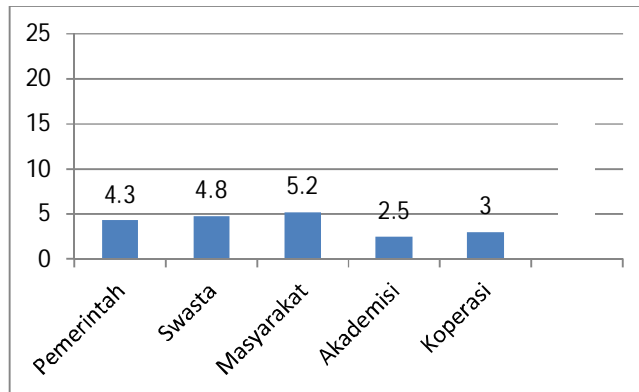
- Punya atau tidaknya responden atas akses dengan seseorang (kenalan atau famili) di pemerintahan (pemda), KUD, tokoh masyarakat atau pejabat, lembaga keuangan, pengusaha, LSM, ataupun perguruan tinggi.
- Pernah minta tolong atau tidak dengan para pemangku jabatan (*stakeholders*). Apabila pernah minta pertolongan maka dianggap responden sudah pernah melakukan pendekatan atau lobi.
- Apabila permintaan pertolongan dengan salah satu *stakeholders* sampai berhasil, dapat dipakai sebagai indikasi bahwa intensitas lobinya semakin intens.

Berdasarkan hasil wawancara maka dapat ditarik kesimpulan bahwa responden UKM di daerah penelitian mempunyai hubungan yang lebih sempit atau menunjukkan kemampuan lobi yang rendah. Apabila dilihat dari hubungan antara UKM dan *stakeholders* terlihat bahwa sebagian besar dari mereka tidak memiliki kenalan pada semua *stakeholders* sehingga hal ini akan memperlemah kemampuan UKM di daerah penelitian dalam usaha peningkatan daya saing mereka.

5.2.5. Peran *Stakeholders*

Stakeholders dapat dianggap sebagai salah satu pihak yang seharusnya dapat membantu peningkatan daya saing UKM. *Stakeholders* ini terdiri dari pemerintah, pengusaha, masyarakat, LSM, akademisi dan KUD. Dari penilaian responden dengan skala 1 -10 maka dapat dilihat peran Peran *stakeholders* menurut responden dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 5.11. Peran *Stakeholders*



Sumber : Data primer diolah (2013)

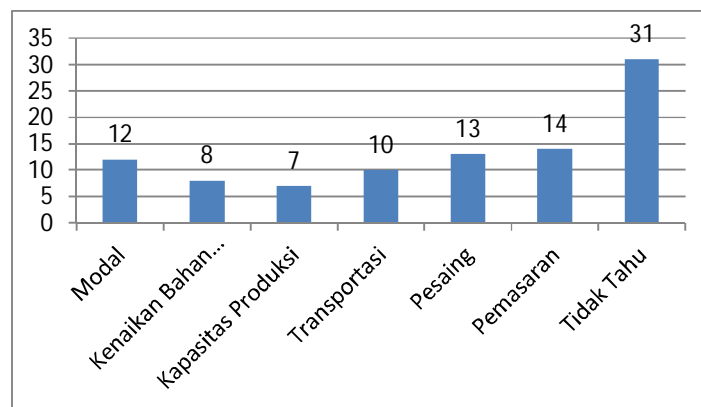
Dari gambar 5.11. terlihat bahwa peran *Stakeholders* dalam membantu peningkatan daya saing UKM di Kabupaten Sarolangun masih rendah. Peran pemerintah, akademisi, masyarakat dan LSM dirasa masih sangat rendah terhadap kegiatan UKM di daerah penelitian pada semua aktifitas responden. Oleh karena itu, ke-

depan diharapkan pemerintah lebih berperan pada seluruh aktifitas UKM, dalam rangka meningkatkan kesejahteraan baik secara ekonomi maupun non ekonomi. Peran akademisi, masyarakat, LSM yang masih sangat rendah pada seluruh kegiatan UKM perlu ditingkatkan lagi agar kemampuan usaha mampu meningkatkan produksi. Peran akademisi/ dan SM yang diharapkan UKM adalah penciptaan teknologi baru untuk meningkatkan kapasitas produksi dan juga efisiensi. Selain itu juga perlunya bimbingan dan penyuluhan manajemen produksi, manajemen keuangan dan penanganan limbah pada proses produksi di daerah penelitian.

5.2.6 Keberlanjutan usaha

Kendala yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah akan menentukan daya saing dan keberlanjutan usaha masing-masing responden. Kendala yang dihadapi sangat beragam, antara lain modal, pesaing dan ketidak pastian harga. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada Gambar 5.12 berikut ini :

Gambar 5.12. Kendala Yang Dihadapi UKM



Sumber : Data primer diolah (2013)

Dari gambar 5.12 menunjukkan bahwa responden lebih banyak yang tidak mengetahui kendala yang dihadapi untuk keberlanjutan usahanya yaitu sebanyak

31 responden (33%), sedangkan kendala dari sisi pesaing sebanyak 13 responden dan dari sisi modal sebanyak 12 responden. Hal ini terjadi karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengalaman dalam usaha. Tingkat pendidikan sebagian besar responden adalah SLTA (61%).

Menurut Cuang, Sung and Anh (2008), terdapat tiga kendala dalam pengembangan usaha UKM di Vietnam, yaitu:

- a. Infrastruktur yang tidak berkembang.
- b. Sumberdaya manusia yang kurang berkualitas.
- c. Kurangnya kerjasama.

5.3. Strategi Peningkatan Daya Saing UKM

Strategi peningkatan daya saing UKM di Kabupaten Sarolangun dirumuskan berdasarkan hasil FGD dan wawancara mendalam dengan *keypersons*. Tujuan, alternatif dan kriteria strategi peningkatan daya saing yang digunakan dalam FGD dirumuskan dari hasil pra survei dan diskusi dengan *keypersons* yang berkompeten terhadap peningkatan daya saing UKM. *Keypersons* yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 10, terdiri dari :

- a. Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Sarolangun
- b. Disperindagkop Kabupaten Sarolangun
- c. Pengusaha
- d. Lembaga Swadaya masyarakat
- e. Akademisi

Berdasarkan hasil *Focus Group Discussion* (FGD) dengan beberapa *keypersons* yang berkompeten di bidangnya, upaya peningkatan daya saing UKM

sangat terkait dengan empat akses utama, yaitu: akses usaha, pasar, SDM dan teknologi. Rumusan hasil *Focus Group Discussion* (FGD) adalah sebagai berikut :

- a. Sebagian besar pelaku usaha di daerah penelitian masih melakukan usahanya berdasarkan kebiasaan.
- b. Produksi yang dilakukan berdasarkan pesanan.
- c. Sebagian besar dari pelaku usaha masih kurang memahami standarisasi produksi.
- d. Masih rendahnya teknologi yang digunakan dalam produksi.
- e. Tidak ada informasi pasar jelas dan pasti.

Sesuai hasil *Focus Group Discussion* (FGD), maka ada 4 akses utama yang menjadi hirarki strategi yang perlu dilakukan, yaitu :

- a. Aspek pasar
- b. Aspek SDM
- c. Aspek produksi
- d. Aspek teknologi

Prioritas dalam upaya peningkatan daya saing UKM adalah :

- a. Membuka peluang pasar yang dapat diakses dengan mudah
- b. Melakukan pelatihan dalam memupuk jiwa wirausaha
- c. Menyediakan rumah dagang dan menggalakkan pemasaran usaha kecil dengan berbagai bentuk promosi.

Hasil *Focus Group Discussion* (FGD) tersebut di atas digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam upaya peningkatan daya saing Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Sarolangun yang secara prioritas dapat diurutkan sebagai berikut :

1. Pemberian Kredit dari lembaga keuangan dengan bunga lunak
2. Melakukan Pelatihan Manajemen agar Kreatif dalam produksi
3. Melakukan pelatihan dalam meningkatkan keterampilan teknis
4. Melakukan pelatihan kewirausahaan
5. Memberikan bantuan teknologi dengan harga terjangkau
6. Mempermudah Pengadaan Bahan baku
7. Membuka Peluang Pasar
8. Membuka Lembaga pendidikan
9. Menyediakan rumah dagang dan pemasaran usaha kecil (workshop)
10. Menurunkan pajak penjualan
11. Menyediakan Tenaga penyuluh
12. Memberikan bimbingan dan konsultasi berkaitan dengan HAKI
13. Memberikan bantuan teknologi pengolahan limbah

5.4. Upaya Peningkatan Daya Saing UKM

Berdasarkan hasil FGD dan wawancara mendalam dengan *keypersons*, menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelaku UKM di Kabupaten Sarolangun dalam berusaha belum efisien. Tingkat daya saing dari sisi akses usaha, pasar, SDM dan teknologi, masih relatif kurang berdaya saing. Oleh sebab itu, masih sangat diperlukan usaha dalam peningkatan daya saing dengan melibatkan semua *stakeholders*. Upaya yang dapat dilakukan dalam peningkatan daya saing UKM dapat dilakukan dalam bentuk penciptaan peluang pasar, melakukan pelatihan, penyuluhan, pembinaan dan pengembangan usaha sehingga mampu mandiri dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Dalam upaya peningkatan daya saing menuntut adanya partisipatif aktif dari semua pihak yang terkait, antara lain pemerintah, swasta, lembaga keuangan maupun masyarakat. Untuk masing-masing strategi menurut akses akan dibahas secara rinci sebagai berikut:

5.4.1. Upaya Peningkatan UKM berdasarkan akses usaha

Peningkatan daya saing UKM di Kabupaten Sarolangun berdasarkan akses usaha dapat dilakukan melalui permodalan dan produksi. Dari analisis efisiensi pada sisi produksi diketahui, bahwa ada penggunaan faktor produksi yang efisien dan yang tidak. Dalam akses usaha yang perlu dilakukan dalam rangka menindaklanjuti masalah efisiensi di atas, maka diusulkan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Menyediakan media dan sarana konsultasi usaha
- b. Aktivasi lembaga penjamin
- c. Penjaminan mutu dan perlindungan HaKI atau Paten
- d. Melakukan Pelatihan usaha, menggalang kerjasama dengan berbagai pihak dan peningkatan teknik produksi

Berbagai pihak yang terkait dalam upaya peningkatan daya saing UKM di Kabupaten Sarolangun antara lain adalah pemerintah, swasta, lembaga keuangan dan masyarakat. Dalam jangka pendek perlu dilakukan pelatihan manajemen, kreativitas dalam produksi, pengawasan dan monitoring proses produksi. Dalam jangka panjang perlu dibuat perencanaan proses produksi secara efisien dan mengupayakan perlindungan hak paten.

5.4.2. Upaya Peningkatan UKM berdasarkan akses pasar

Berdasarkan hasil *Focus Group Discussion* (FGD) terhadap Upaya Peningkatan UKM di Kabupaten Sarolangun, diperoleh informasi dan data bahwa tingkat keberdayaan UKM masih rendah. Oleh karena itu diperlukan usaha Peningkatan UKM melalui berbagai strategi diantaranya adalah :

- a. Menyediakan Informasi Pasar tentang permintaan harga, segmen harga, selera, informasi ketersediaan produk di pasar dan informasi status pasar produk pesaing.
- b. Mengupayakan penyediaan Informasi dan Pameran perdagangan dengan membuat agenda/*tracking Event* pameran dan membangun jaringan dengan institusi mitra untuk pertukaran program pameran.
- c. Membuka peluang pasar dengan melakukan kerjasama dengan *Stakeholders* lokal, dan nasional terutama dalam hal pemasaran produk
- d. Menurunkan pajak penjualan.
- e. Menyediakan rumah dagang usaha kecil (outlet), mengoptimalkan lokasi sentra khusus usaha dan penerapan sistem bapak angkat untuk membantu yang kekurangan modal.
- f. Pelatihan ISO manajemen, *clean production* dan pengelolaan limbah.

Upaya Peningkatan UKM di Kabupaten Sarolangun dari akses pasar melibatkan berbagai pihak di antaranya adalah pemerintah seperti Dinas Koperasi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) serta organisasi kemasyarakatan.

5.4.3. Upaya Peningkatan UKM berdasarkan akses SDM

Upaya Peningkatan UKM di Kabupaten Sarolangun dari akses SDM masih rendah. Strategi Upaya Peningkatan dapat dilakukan melalui pendidikan dan latihan. Pendidikan dan pelatihan dibagi menjadi dua macam yaitu yang formal dan non formal. Pendidikan formal dilakukan melalui perguruan tinggi atau sekolah kejuruan dengan berbagai program seperti memberikan beasiswa, dana CSR, pengabdian masyarakat dan Kuliah Kerja Nyata bagi mahasiswa.

Pendidikan informal dilakukan dengan mengadakan pelatihan manajerial, pelatihan kewirausahaan, pengelolaan produksi, pemasaran dan distribusi produk. Program lain pendidikan informal misalnya memberikan penyuluhan dan program kampanye yang bekerjasama dengan mitra usaha. Pelaksana pendidikan dan pelatihan non formal dapat dilakukan oleh Balai Latihan Kerja (BLK) Kabupaten Sarolangun. Program pelatihan misalnya latihan/simulasi proses produksi (desain, *input* produksi, proses produksi, dan pengepakan) serta distribusi pemasaran.

Adapun pihak yang terkait dalam Upaya Peningkatan UKM di Kabupaten Sarolangun diantaranya adalah pihak pemerintah, pihak swasta, LSM dan pihak akademisi. Upaya Peningkatan UKM di Kabupaten Sarolangun diperlukan skala prioritas pelaksanaannya. Dalam jangka pendek perlu segera melakukan pelatihan manajerial, kewirausahaan, pemasaran dan distribusi serta memetakan peluang CSR secara intensif. Dalam jangka panjang, pemerintah harus menyediakan tenaga penyuluh dan tim kreatif guna membantu pelaku usaha dalam memperkaya desain produk serta membuka lembaga pendidikan ketrampilan yang terkait seperti Sekolah Kejuruan Industri Kreatif dan lain sebagainya.

5.4.4. Upaya Peningkatan UKM berdasarkan akses teknologi

Teknologi yang digunakan dalam menjalankan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Sarolangun digolongkan menjadi dua macam, yaitu :

a. Teknologi tepatguna

Teknologi tepatguna yang dimaksud adalah teknologi sederhana yang diterapkan oleh produsen untuk keperluan produksi. Pada umumnya usaha kecil di Kabupaten Sarolangun menggunakan teknologi tepatguna dalam produksi. Upaya Peningkatan UKM dalam akses teknologi lebih difokuskan pada peningkatan penggunaan teknologi. Kegiatan yang dilakukan pada akses ini antara lain :

- a. Menyediakan fasilitas penyuluhan dan penggunaan teknologi inovatif dalam proses produksi dan pembuatan desain dengan, kemasan dan pemasaran menggunakan dukungan teknologi elektronik.
- b. Sampai saat ini belum ada UKM di Sarolangun yang memiliki hak paten terhadap produknya, oleh sebab itu perlu diupayakan perlindungan terhadap hak paten.
- c. Mengupayakan semaksimal mungkin pemanfaatan peluang CSR antara lain melakukan pelatihan terhadap produsen, terutama yang berkaitan dengan proses produksi dan manajerial.
- d. Mengupayakan Pelatihan penerapan teknologi baru untuk mendukung produk yang berkualitas

b. Teknologi modern

Agar memiliki daya saing yang tinggi, UKM di Kabupaten Sarolangun harus berupaya untuk beralih dari teknologi tradisional menjadi teknologi modern.

Dalam peralihan ini diperlukan sarana dan prasarana konsultasi dan pelatihan penggunaan teknologi tersebut. Perlu disediakan wadah tempat konsultasi setiap saat. Pada wadah ini akan didiskusikan masalah-masalah yang berkaitan dengan proses peralihan teknologi. Pihak yang terkait dalam upaya ini, khususnya dari akses teknologi adalah pemerintah, swasta dan akademisi.

Dalam jangka pendek perlu diprioritaskan pelatihan penerapan dan informasi teknologi baru, sedangkan jangka panjang adalah bimbingan konsultasi hak paten dan fasilitasi peralatan produksi.

Dari penjelasan di atas dari aspek usaha, pasar, SDM dan teknologi dapat disimpulkan bahwa Upaya Peningkatan UKM daerah penelitian diperlukan peran aktif dari berbagai pihak untuk meningkatkan daya saing UKM di Kabupaten Sarolangun dan melakukan tindakan nyata yang didasarkan pada prioritas jangka pendek dan jangka panjang, sehingga apa yang menjadi harapan semua pihak terutama pelaku UKM di Kabupaten Sarolangun menjadi kenyataan.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Simpulan

- a. Tingkat daya saing Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Sarolangun masih rendah. Indikator daya saing tersebut meliputi akses usaha, pasar, SDM, dan teknologi.
- b. Berdasarkan hasil FGD dan wawancara mendalam dengan *keypersons* ditemukan bahwa daya saing Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Sarolangun masih rendah dan perlu ditingkatkan. Peningkatan daya saing tersebut dapat dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa akses sebagai berikut:
 - 1). Akses Usaha: melakukan pelatihan manajemen dan kreativitas dalam produksi, mempermudah pengadaan bahan baku, pemberian kredit dengan bunga lunak.
 - 2). Akses Pasar: menyediakan rumah dagang dan pemasaran usaha kecil, membuka peluang pasar, menurunkan pajak penjualan bagi usaha kecil.
 - 3). Akses SDM: melakukan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan teknis, memberikan pelatihan dalam upaya meningkatkan jiwa kewirausahaan, menyediakan tenaga penyuluh/ pendamping, membuka lembaga pendidikan.
 - 4). Akses teknologi: memberikan bantuan teknologi dengan harga terjangkau, memberikan bimbingan dan konsultasi hak paten, memberikan bantuan teknologi pengolahan limbah.

6.2. Saran

Upaya Peningkatan daya saing UKM di Kabupaten Sarolangun harus didukung oleh semua *stakeholders* terutama pada empat sisi akses yaitu akses usaha, akses pasar, Akses SDM dan akses teknologi). Upaya tersebut diwujudkan dalam prioritas, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang sebagai berikut :

- a. Dalam Jangka pendek akses usaha yang perlu dilakukan adalah pelatihan manajemen dan kreativitas dalam produksi serta pengawasan dan monitoring proses produksi. Pada Akses pasar dengan cara merintis rumah da gang, pameran, membuat leaflet, booklet, catalog, layer, web, memberikan informasi pasar, informasi pameran perdagangan pelatihan pengelolaan limbah, memberikan konsultasi bisnis, pada akses SDM dilakukan melakukan pelatihan manajerial, kewirausahaan, pemasaran dan distribusi, dan akses teknologi.
- b. Dalam jangka panjang perlu dilakukan kegiatan dalam akses usaha membuat perencanaan proses produksi, perlindungan HaKI/paten, dalam akses pasar mengupayakan bapak angkat, menyediakan lokasi sentra khusus UKM, menyelenggarakan pameran perdagangan tingkat daerah dan nasional melakukan kerja sama dengan *stakeholders* local dan nasional, sedangkan akses SDM pemerintah dapat menyediakan tenaga penyuluh UKM, membuka lembaga pendidikan ketrampilan, akses teknologi perlu dilakukan bimbingan konsultasi HaKI/ paten dan fasilitasi peralatan produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2008a. Kebijakan Pembagungan UKM Departement Industri dan Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta
- Anonim, 2008b. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Depkumdam dan HAM, Jakarta
- Ade Octavia dkk (2012), Evaluasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Penerima Bantuan Pemerintah dan Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Bersangkutan Dalam Rangka Mendorong Perekonomian Provinsi Jambi.
- Cuong, Tran Tien; Le Xian Sang and Nyuyen Kim Anh. 2008. "Vietnam Small and Medium Sized Enterprises Development: Characteristics, Constraints And Policy Recommendation.
- Dally, John A. 2000. *Improving Technology Performance in Small and Medium Enterprises*, American Development Bank, Washington.
- Dan Schendel dan Charles Higgins. 1985. Pengambilan Keputusan Strategik. Untuk organisasi public dan Organisasi Non Profit. Grasindo. Jakarta.
- Hair, Joseph F., Rolph E Anderson, Ronald R. Tatham, William C. Black. 1998. *Multivariate Data Analysis with Reading*. Fourth Edition. Prentice Hall Inc. New Jersey.
- Haryadi, Saparuddin, Hodijah (2008), Pola Pembinaan Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Sarolangun. Kerjasama Universitas Jambi dan Pemerintah Kabupaten Sarolangun. Sarolangun.
- Kuncoro, Mudrajat, 1997, *Ekonomi Pembangunan, Teori Masalah dan Kebijakan*, UPP AMP YKNP, Yogyakarta.
- .2000. Usaha Kecil Di Indonesia: Profil, Masalah Dan Strategi Pemberdayaan. Disempurnakan dari makalah yang disajikan dalam Studium Generale dengan topik "Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil di Indonesia", di STIE Kerja Sama, Yogyakarta.
- . 2007. *Ekonomika Industri Indoneisa. Menuju Negara Industri Baru 2020*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Prawiranegara AS, 1998, "Kebijaksanaan Pembinaan Pengusaha Kecil Khususnya Tentang Organisasi Usaha di Indonesia", dalam Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial,
- *Pengusaha Kecil : Penting dan Kompleksitas Masalahnya*, Jakarta : PAU-IS-UI, November 1994

Sucherly (2003), Peranan Manajemen Pemasaran Strategik dalam Menciptakan Keunggulan Posisional serta Implikasinya terhadap Kinerja Organisasi Bisnis dan Non Bisnis (Pendekatan 5-A). Orasi Ilmiah. Universitas Padjajaran, Bandung.

Tambunan, Mangara (2002) Melangkah ke depan UKM dalam Perekonomian Indonesia di masa depan, Makalah pada Debat Ekonomi ESEI, 2004.

-----2004. "Dampak Perekonomian Indonesia Pasca Krisis". *Jurnal Dian*. UKSW Salatiga. Jakarta Convention Centre, 15-16 September 2004.

BIODATA KETUA

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	DAHMI, SE.,MM
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas Lainnya	197209152005011004
5	NIDN	0015097201
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Tanjung Karang, 15 September 1972
7	E-mail	cikdam08@yahoo.com
8	Nomor Telepon/HP	081366180484
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Jambi-Ma. Bulian KM. 15 Mendalo
10	Nomor Telepon/Faks	08117451905
11	Lulusan yang Telah Dihilangkan	S-1 = 10 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kewirausahaan 2. Manajemen Jasa 3. Pengantar Bisnis 4. Statistika

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Batanghari	Universitas Jambi	
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen	
Tahun Masuk-Lulus	1998-2002	2008-2010	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisis Pelaksanaan Promosi Pada PT. PO. Jambi Indah Cepat-Jambi	Pengaruh Bauran Penjualan Eceran (Retailing Mix) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada Ramayana Department Store Kota Jambi)	
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. H.A. Baidawi	Dr. Ade Octavia, SE.,MM Drs. Syahmardi Yacob, MBA	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1	2008	Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Jambi	DIPA	4.000.000
2	2008	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Perumahan Griya Kembar Lestari Di Kota Jambi	Mandiri	5.000.000
3	2009	Analisis Sumber Informasi dan Faktor-faktor Penentu Keputusan Memilih Unja Kampus Sarolangun (Studi Kasus Mahasiswa Unja Kampus Sarolangun Angkatan 2009)	DIPA	5.000.000
4	2009	Model Permintaan Hutang Luar Negeri	Dikti	65.000.000

		Pemerintah Dan Dampaknya Bagi Perekonomian Indonesia		
5	2010	Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan pada Universitas Jambi Kampus Sarolangun	DIPA	5.000.000
6	2011	Analisis Kepuasan Kerja Pegawai Pada Universitas Jambi Kampus Sarolangun	DIPA	5.000.000
7	2012	Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Citra Universitas Jambi Kampus Sarolangun	DIPA	9.000.000
8	2012	Keunggulan Kompetitif Melalui Strategi SDM Di Sektor Jasa Berdasarkan Kerangka Value Chain Management	Mandiri	-

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1	2008	Pekan Kewirausahaan Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Jambi	DIPA	1.270.000
2	2008	Pelatihan dan Pembimbingan Pembuatan Karya Ilmiah untuk Guru SD Di Kota Jambi	DIPA	-
3	2011	Penyuluhan Teknik Penghitungan endapatan Asli Daerah (PAD) Pajak Hotel dan Restoran Kab. Sarolangun	DIPA	4.000.000
4	2012	Praktik Lapang Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Jambi Kampus Sarolangun	DIPA	5.000.000
5	2012	Pelatihan <i>Life Skill</i> Bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga Untuk Peningkatan Kesejahteraan Pada Desa Simpang Bukit Pada Desa Simpang Bukit Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun	Mandiri	2.000.000

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Citra Department Store (Studi Pada Ramayana Department Store Kota Jambi)	Percikan IKBUJ Bandung	2008
2	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Perumahan Griya Kembar Lestari Di Kota Jambi	Percikan IKBUJ Bandung	2008
3	Pengaruh Bauran Penjualan Eceran (Retailing Mix) Terhadap Citra Department Store (Studi Pada Ramayana Department Store Kota Jambi)	Jurnal Manajmen Pemasaran Modern	2009
4	Model Permintaan Hutang Luar Negeri Dan Dampaknya Terhadap Kemiskinan Di Indonesia	Jurnal Penelitian UNJA seri Humaniora	2010
5	Penyuluhan Teknik Penghitungan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pajak Hotel	Jurnal	NO. 52 Tahun

	dan Restoran Kabupaten Sarolangun	Pengabdian Pada Masyarakat UNJA	2011
6	Keunggulan Kompetitif Melalui Strategi SDM Di Sektor Jasa Berdasarkan Kerangka Value Chain Management	Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan	Vol. 1/No. 1/2012

Semua data yang Saya isikan dan cantumkan dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Dana penelitian yang bersumber dari dana DIPA Universitas Jambi Tahun 2013.

Jambi, Oktober 2013

Dahmiri, SE.,MM

BIODATA ANGGOTA

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Drs. Rosif Rohman, MM
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP/NIK/Identitas Lainnya	195211021986111001
5	NIDN	0002115202
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Bandung, 02 November 1952
7	E-mail	
8	Nomor Telepon/HP	085231202135
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Jambi-Ma. Bulian KM. 15 Mendalo
10	Nomor Telepoh/Faks	
11	Lulusan yang Telah Dihilangkan	
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Perilaku Organisasi 2. Manajemen Kinerja 3. Pengantar Manajemen 4. Manajemen SDM

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Padjadjaran	Universitas Jambi
Bidang Ilmu	Ekonomi Perusahaan	Manajemen SDM
Tahun Masuk-Lulus	1974-1984	2003-2005
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Manajemen persediaan dan Pengaruhnya Terhadap Penjualan	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kedisiplinan Tenaga Medis Pada RSUD Raden Mattaher Provinsi Jambi
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Sutarno	Drs. Fauzi RH.,M.Si.

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1	2012	Pengaruh Kompetensi Pemeimpin dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Melalui Kepuasan Kerja Pegawai Administratif Di Biro ADM Umum dan Keuangan (BAUK) Universitas Jambi	DIPA UNJA	Rp. 10.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1	2009	Upaya Peningkatan SDM Melalui Pelayanan Posyandu Di Puskesmas Sungai Duren Kab. Muaro Jambi	DIPA FE UNJA	Rp 2.000.000

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kedisiplinan Tenaga Medis Pada RSUD Raden Mattaher Provinsi Jambi	Percikan	113 Tahun 2010

Semua data yang Saya isikan dan cantumkan dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Dana penelitian yang bersumber dari dana DIPA Universitas Jambi Tahun 2013.

Jambi, Oktober 2013

Drs. Rosif Rohman, MM