

Model Manajemen Usaha dan Hubungannya dengan Kinerja UKM (Studi Kasus pada UKM Sembung Batik Kulonprogo Yogyakarta)

H. Fikriah^{1*}, Muhaimin², Muhammad Arya Dirgantara³

^{1*,2,3} Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islam Jakarta, Kota Jakarta Timur,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

Abstrak.

UKM Indonesia memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi pada PDB. Namun, permasalahan kompleks masih menghambat UKM untuk berkembang dan naik kelas. Penelitian ini bertujuan mencari penyebab masalah tersebut dengan fokus pada model manajemen yang diterapkan dalam usaha UKM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Objek penelitian adalah UKM "Sembung Batik" di Kulonprogo, Yogyakarta, yang memproduksi kain batik tulis dan cetak serta mengembangkan produk fashion dengan motif batik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendeskripsikan model manajemen yang dilakukan oleh UKM Sembung Batik dan hubungannya dengan kinerja usaha. Dengan demikian, solusi dan model manajemen baru yang lebih efektif dan efisien dapat dihasilkan untuk meningkatkan kinerja UKM. Penelitian akan melihat aspek manajemen usaha, termasuk produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia, dengan menerapkan analisis SWOT sebagai indikator penilaian kinerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UKM Sembung Batik memiliki potensi perkembangan yang besar berdasarkan peningkatan aset, omset penjualan, dan laba bersih. Namun, model manajemen yang masih tradisional dengan pengelolaan keuangan dan produksi secara manual menjadi hambatan. Penggunaan teknologi yang rendah dalam aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan sistem informasi akuntansi juga menyebabkan kinerja UKM menjadi kurang optimal. Upaya peningkatan pendapatan dapat dilakukan melalui diversifikasi produk, pemanfaatan tenaga kerja kreatif, dan penggunaan software untuk pencatatan akuntansi usaha.

Kata kunci: Model Manajemen; Kinerja UKM; Analisis SWOT.

Abstract. Indonesian SMEs play an important role in employment and contribution to GDP. However, complex issues still hamper the progress and rise of SMEs. This research aims to explore the causes of these problems by focusing on management models in SMEs. The study uses qualitative methods through interviews, observations, and documentation. The research subject was UKM "Sembung Batik" in Kronprogo, Yogyakarta. We manufacture batik fabrics with letters and prints and develop fashion products with batik motifs. It is hoped that the results of this study will explain the relationship between the operating model implemented by Sembung Batik UKM and its operating performance. In this way, new management solutions and models can be developed that are more effective and efficient for improving the performance of small businesses. This study uses SWOT analysis as an indicator of performance evaluation and considers aspects of corporate governance such as manufacturing, marketing, finance, and human resources. The findings show that Sembung Batik UKM has significant development potential with increased assets, turnover and net profit. However, traditional management models with manual financial and production controls are still an obstacle. Low technology utilization in the areas of production, marketing, human resources, and accounting information systems also means that small businesses are not performing optimally. Efforts to increase income are possible through product diversification, hiring a creative workforce, using corporate accounting software, etc.

Keywords: Management Models; SME Performance; SWOT Analysis.

* Author. Email: fifi.basthomi@gmail.com^{1*}, muhaimin.han@gmail.com², aryadirga16@gmail.com³

DOI: <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1164>

Received: 11 March 2023, Revision: 17 March 2023, Accepted: 20 April 2023, Available Online: 30 April 2023.

Print ISSN: 2579-7972; Online ISSN: 2549-6204.

Copyright © 2023. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset).

Pendahuluan

Jumlah UMKM yang mencapai 99% dari total unit usaha di Indonesia, serta kontribusinya yang mencapai 60,5% terhadap PDB dan kemampuannya menyerap sekitar 96,9% tenaga kerja total, menjadikan UMKM sangat vital bagi perekonomian Indonesia. Selama masa pandemi, UMKM mengalami kemunduran yang berdampak pada penurunan taraf hidup masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah menyadari pentingnya mendukung dan membantu perkembangan UMKM agar dapat bertahan dan berkembang menjadi usaha maju melalui berbagai kebijakan, fasilitas, dan kemudahan. Terbukti, sekitar 84,8% UMKM yang sebelumnya terpuruk telah mampu bangkit kembali (Kemenko Perekonomian, 2022).

Permasalahan yang dihadapi UMKM di Indonesia dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi kurangnya permodalan dan akses pembiayaan, rendahnya kualitas sumber daya manusia, mentalitas pengusaha yang kurang disiplin dan kerja keras, serta kurangnya transparansi. Sementara itu, faktor eksternal meliputi kondisi usaha yang belum sepenuhnya kondusif, keterbatasan sarana dan prasarana, otonomi daerah, praktik pungutan liar, terbatasnya akses pasar, dan kurangnya akses informasi (Lilis Suryati, 2015).

Keberhasilan UMKM ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, modal usaha, penggunaan teknologi, manajemen usaha yang efektif, pemasaran yang baik, ketersediaan bahan baku, dan sistem informasi yang mendukung agar dapat bersaing. Saat ini, diketahui bahwa kualitas SDM yang bekerja di UMKM masih rendah, ditunjukkan oleh keterbatasan daerah pemasaran, jumlah produksi, penggunaan teknologi, serta kelemahan dalam model pengelolaan usaha. Meskipun telah banyak penelitian yang dilakukan oleh akademisi dan pemerintah, namun belum cukup mampu mendorong UMKM naik kelas menjadi usaha maju (Bismala, 2017).

UKM di Indonesia sering kali didirikan oleh

pewaris keluarga, sehingga seringkali usaha dijalankan sesuai dengan praktik yang telah dilakukan sebelumnya. Akibatnya, generasi penerus pelaku usaha sering kali kurang memiliki pengetahuan manajemen untuk mengembangkan usaha mereka. Beberapa faktor yang diperlukan agar pengetahuan manajemen dapat diterapkan dengan baik pada UKM antara lain pemahaman tentang lingkungan bisnis, pengumpulan informasi mengenai praktik bisnis di luar perusahaan, perbandingan operasional internal dengan perusahaan pesaing, menganggap pengetahuan sebagai aset perusahaan, mendorong budaya korporat sebagai budaya organisasi untuk mendorong terbentuknya inovasi baru, dan perlunya pengelolaan aset pengetahuan sebagai investasi penting, seperti tenaga kerja, jaringan, sistem informasi, dan pengetahuan (Setiarso, 2006).

Dalam prakteknya, UKM sering kali dikelola dengan manajemen yang bergantung pada individu, memiliki pasar produk yang bersifat lokal, dan sumber modal yang bergantung pada dana internal bisnis. Pengelolaan usaha dengan manajemen pengetahuan diharapkan dapat meningkatkan kinerja usaha dan mendorong kemajuan yang lebih cepat. Namun, mengelola usaha tidak menjamin kelancaran sesuai dengan target yang diinginkan. Oleh karena itu, manajemen pengetahuan memiliki dampak pada kinerja usaha secara keseluruhan. Manajemen usaha adalah kegiatan pengaturan usaha agar dapat berjalan dengan baik. UKM sering kali menghadapi tantangan baik dari internal maupun eksternal. Tantangan internal meliputi masalah teknik produksi, pengelolaan keuangan, pengelolaan stok barang dan bahan baku, pengelolaan aset, dan pengembangan strategi pemasaran serta masalah sumber daya manusia. Sementara itu, tantangan eksternal meliputi iklim usaha yang tidak kondusif, infrastruktur yang kurang memadai, dan kebijakan pemerintah (UKM, 2020).

Dalam konteks industri kreatif, sebagian besar usaha kerajinan batik termasuk dalam kategori UKM. Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Takbenda. Pelaku usaha pengrajin batik juga menghadapi tantangan yang umum dihadapi oleh UKM, sehingga

perlindungan dan pendampingan perlu diberikan (UKM, 2020).

Salah satu sentra batik di Yogyakarta, yaitu "Sembung Batik" yang terletak di Desa Gulurejo, Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulon Progo, merupakan salah satu pengrajin batik dari pelaku usaha kecil (UKM) yang merupakan usaha keluarga yang mewarisi pengelolaannya dari orangtua ke anak pemilik saat ini. Usaha ini berdiri sejak tahun 1999. UKM Batik Sembung memiliki lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau, terletak di pinggir jalan raya Lendah-Sentolo, Desa Gulurejo, Kecamatan Lendah. Produk yang dihasilkan berupa kain batik tulis dan cetak, yang dikenal dengan sebutan batik Kontemporer, dikembangkan menjadi produk fashion dengan motif batik. Motif dan warna batik khas Kulonprogo seperti geblek renteng, warna mencolok khas pesisir, serta motif hewan dan pepohonan dapat ditemukan dalam produk ini. Sebagai pelaku usaha UKM, mereka menyerap tenaga kerja sekitar 60 orang di wilayah tersebut, dan telah berhasil mengubah desa ini dari desa terpencil yang menghasilkan pendapatan dari menambang pasir menjadi desa industri batik. Usaha ini mengalami penurunan produksi hingga 90% akibat pandemi Covid-19, namun saat ini kondisinya sudah kembali normal setelah pemerintah mencabut kebijakan PSBB secara bertahap. Untuk mendorong pertumbuhan UKM Sembung Batik, diperlukan motivasi, perbaikan, atau perubahan dalam model manajemen yang akan mengangkat kualitas batik Indonesia.

UKM Sembung Batik memiliki masa depan usaha yang cerah sesuai dengan potensi dan aset yang dimilikinya. Namun, dalam kegiatan sehari-hari, mereka menghadapi masalah yang umum dialami oleh UKM pada umumnya, salah satunya adalah manajemen usaha yang masih bersifat tradisional dan belum menggunakan teknologi modern dalam proses produksi, pemasaran, pengelolaan keuangan, pencatatan akuntansi, dan sumber daya manusia. Hal ini menyebabkan penjualan dan produksi mereka belum mencapai potensi yang seharusnya, sehingga kinerja usaha UKM ini belum memuaskan dan mengalami perkembangan yang lambat, terutama saat

terkena dampak pandemi. Namun, jika dilihat dari peluang bisnis, terdapat potensi lain yang dapat dikembangkan oleh UKM ini dengan lokasi usaha yang strategis dan nyaman, seperti menjadikannya objek wisata dan pendidikan bagi mereka yang ingin belajar membuat atau sekadar berwisata. Oleh karena itu, diperlukan model manajemen usaha yang baik dan tepat agar usaha ini dapat lebih berkembang lagi.

Dengan menerapkan model manajemen usaha yang baik, tepat, dan modern, diharapkan hasil produksi UKM Sembung Batik akan meningkat baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Hal ini akan meningkatkan kinerja usaha dan berkontribusi dalam menyerap tenaga kerja di sekitar lokasi usaha, serta meningkatkan reputasi Indonesia di mata internasional. Dalam konteks ini, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk atau model manajemen usaha yang dilakukan, terutama pada UKM "Sembung Batik" sebagai representatif dari UKM lainnya, yang terkait dengan kinerja usaha.

Tinjauan Literatur

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai oleh pihak lain. Selain itu, berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, terdapat beberapa kriteria yang mendefinisikan usaha kecil. Kriteria tersebut meliputi batasan kekayaan bersih maksimal sebesar Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta batasan hasil penjualan maksimal sebesar Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah). Usaha kecil juga harus dimiliki oleh warga negara Indonesia, bukan merupakan anak perusahaan, cabang perusahaan, atau berafiliasi langsung dengan badan usaha lainnya, dan dapat berbentuk perusahaan perseorangan yang berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum (Guanabara et al., n.d.).

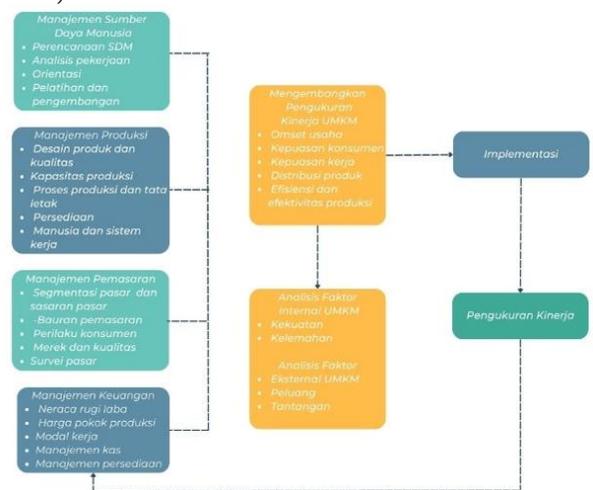
Selain itu, terdapat beberapa ciri khas lain yang melekat pada usaha kecil. Pertama, manajemen usaha cenderung tergantung pada pribadi pemilik atau pengelola usaha. Hal ini berarti keputusan dan pengelolaan usaha umumnya dilakukan oleh individu yang memimpin usaha tersebut. Kedua, area operasional usaha kecil bersifat lokal, artinya fokus usaha terbatas pada wilayah tertentu dan tidak melibatkan ekspansi jangkauan yang luas. Ketiga, modal yang digunakan dalam usaha kecil sangat tergantung pada sumber dana yang berasal dari dalam bisnis itu sendiri, misalnya dari laba yang dihasilkan atau tabungan pribadi pemilik usaha (Setiawati, 2020).

Model adalah suatu perumpamaan, analogi, atau kiasan yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan gejala atau fenomena yang sedang dipelajari. Dalam konteks ini, sebuah model berfungsi untuk menyederhanakan kompleksitas suatu kenyataan atau situasi (Inkeles, 1964). Manajemen usaha merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengatur dan mengelola usaha agar dapat berjalan dengan baik. Manajemen melibatkan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan yang dilakukan oleh manajer dalam sebuah organisasi, dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan. Dalam praktiknya, manajemen melibatkan kerjasama dan koordinasi dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki, serta menerapkan prinsip-prinsip manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan (Covid- & Hidayat, 2021).

Ada beberapa teori yang menjelaskan tentang manajemen usaha kecil. Secara umum, manajemen usaha kecil dapat diartikan sebagai proses pengelolaan sumber daya usaha kecil, seperti manusia, keuangan, fisik, dan informasi, yang dilakukan oleh individu atau tim yang memiliki wewenang dan tanggung jawab untuk mencapai tujuan organisasi usaha secara efektif dan efisien. Sementara itu, kinerja usaha kecil dapat didefinisikan sebagai hasil kerja yang dicapai oleh individu atau organisasi berdasarkan kemampuan, pengalaman, dan komitmen yang kuat dalam menjalankan tugas

yang diberikan. Indikator kinerja usaha kecil antara lain meliputi peningkatan penjualan secara konsisten setiap tahun, peningkatan laba, pertumbuhan aset, dan peningkatan jumlah karyawan yang bekerja (Jubaedah & Destiana, 2016).

Model manajemen usaha kecil dapat digambarkan sebagai suatu kerangka atau panduan dalam mengelola usaha kecil. Model ini membantu dalam merancang dan mengimplementasikan strategi, metode, dan kebijakan yang sesuai untuk mencapai tujuan usaha kecil dengan efektif dan efisien (Bismala, 2017).



Gambar 1. Model Manajemen UKM (Bismala, 2017)

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat eksploratif deskriptif. Objek penelitian adalah pelaku usaha mikro (UKM) Sembung Batik di Kulonprogo yang menghasilkan produk kain batik dan produk fashion dari batik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui angket dan wawancara langsung dengan pengusaha UKM Sembung Batik. Pengusaha memberikan penjelasan mendetail tentang usaha yang dijalankan berdasarkan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan merupakan jenis data primer yang berharga dan relevan.

Untuk mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara, diskusi, mengamati, dan observasi

dengan mengunjungi lokasi pabrik pembuatan batik serta memperhatikan proses produksi yang dilakukan oleh UKM Sembung Batik. Selain itu, peneliti juga mengunjungi showroom yang menampilkan hasil produksi UKM tersebut. Melalui kunjungan ini, diperoleh data yang mendalam mengenai model manajemen yang diterapkan oleh UKM Sembung Batik.

Data yang diperoleh dari jawaban dan penjelasan pemilik usaha kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data, dengan fokus pada analisis SWOT. Analisis ini mengaitkan aspek manajemen produksi, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan sumber daya manusia. Dengan demikian, dapat dipahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UKM Sembung Batik dalam menjalankan usahanya.

Hasil dan Pembahasan

UKM Sembung Batik merupakan sebuah badan usaha yang baru-baru ini berhasil bangkit dari keterpurukan akibat pandemi Covid-19. Pada masa itu, UKM ini mengalami penurunan drastis dalam aktivitasnya dan terpaksa merumahkan 90% dari jumlah karyawan yang dimilikinya. Namun, seiring dengan kondisi yang mulai membaik, UKM Sembung Batik kini telah mulai bangkit kembali.

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari lapangan, UKM Sembung Batik memiliki ciri-ciri yang umum terdapat pada usaha kecil menengah. Usaha ini sangat bergantung pada kepribadian pemiliknya, di mana kepribadian dan inisiatif pemilik usaha memainkan peran penting dalam pengelolaan dan pengembangan usaha. Selain itu, daerah operasionalnya lebih berfokus pada wilayah lokal, dengan jangkauan pasar yang terbatas. Sumber modal yang digunakan juga lebih tergantung pada dana internal yang dihasilkan dari kegiatan usaha tersebut.

UKM Sembung Batik memiliki sejarah warisan dari generasi sebelumnya, di mana usaha ini diturunkan dari orang tua ke anak sebagai bentuk tradisi keluarga. Meskipun demikian, UKM ini menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang tinggi dan memiliki kemandirian dalam

menjalankan usahanya. Dengan nilai aset yang mencapai sekitar 500 juta hingga 5 miliar rupiah, UKM Sembung Batik mampu mencapai pendapatan tahunan antara 300 juta hingga 2 miliar rupiah.

Bantuan modal dari program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan kebijakan pemerintah yang mewajibkan lembaga pendidikan dan karyawan pemerintah di daerah Kulonprogo untuk menggunakan seragam batik memberikan dampak positif terhadap kelangsungan usaha ini. Hal ini menjadikan UKM Sembung Batik dapat bertahan dan terus beroperasi. Namun, terdapat keterbatasan dalam pengetahuan dan manajemen yang rendah, serta model manajemen usaha yang masih bersifat tradisional. Hal ini dapat dilihat dari aspek produksi, pemasaran, sistem pencatatan keuangan, dan kebijakan pengembangan sumber daya manusia yang masih belum optimal.

Dalam hal ini, diperlukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajerial, serta menerapkan model manajemen yang lebih modern dan efektif. Dengan adanya perubahan dan peningkatan dalam aspek produksi, pemasaran, pencatatan keuangan, dan pengembangan sumber daya manusia, diharapkan UKM Sembung Batik dapat mengatasi kendala yang dihadapi dan mengalami pertumbuhan yang lebih pesat.

Produksi

Dilihat dari aspek produksi produk awalnya menghasilkan aneka batik motif klasik menjadi batik motif campur sari atau batik kreasi kemudian dikembangkan menjadi batik pulo, bercorak batik kontemporer hingga batik abstrak. Peralatan membatik masih sangat sederhana yaitu menggunakan cap dan tulis para pembatik tulis menggunakan wajan kompor untuk membatik, sedangkan batik cap menggunakan alat cap yang terbuat dari tembaga juga kayu. Salah satu kreasi produk yang pernah dibanggakan oleh UKM Sembung Batik adalah memproduksi batik piala dunia pada tahun 2010 yang pernah didokumentasikan oleh media asing Reuters sebagai dokumentasi khusus piala dunia. Desain produk kebanyakan dari inovasi pemilik

usaha yang sudah lama berkecimpung di bidang usaha batik. Sistem produksi Sembung Batik dilakukan berdasarkan pesanan, teknologi yang digunakan dalam proses produksi masih tradisional dan tidak menggunakan mesin untuk menambah kapasitas produksi, hambatan yang dihadapi saat proses produksi adalah cuaca yang tidak dapat diprediksi karena dalam prosesnya memerlukan sinar matahari dengan demikian ketergantungan dengan sinar matahari dalam proses produksi sangat besar ditambah kebijakan pemerintah daerah yang melarang penggunaan mesin dengan alasan agar penggunaan tenaga kerja menjadi prioritas. Selain itu kegiatan proses produksi dapat saja terhenti untuk sementara karena alasan budaya dan bentuk toleransi terhadap kegiatan lingkungan disekitar pabrik sehingga menimbulkan kesan kurang serius dalam menjalankan usaha.

Pemasaran

Pemasaran hasil produksi dilakukan secara offline maupun online. Pemasaran secara offline dilakukan dengan membuka gerai penjualan produk yang bernama Sembung Batik Galery berlokasi tidak jauh dari lokasi pabrik. sistem pembayaran setiap transaksi penjualan sudah mulai menggunakan teknologi seperti gopay dll. Untuk memudahkan konsumen dalam berbelanja.

Sesekali galery dikunjungi oleh pejabat pemerintah atau wisatawan untuk berbelanja ke galery sekaligus berkunjung ke pabrik pembuatan batik tersebut atau sekedar belajar membuat batik. Sedangkan pemasaran secara online dilakukan menggunakan instagram dan juga bekerjasama dengan shopee dan tokopedia. Dengan demikian maka pemasaran produk telah menggunakan e-commers yang dirasakan oleh pemilik telah memudahkan dalam memasarkan produknya. Namun mengingat pesaing produk sejenis cukup ketat maka terobosan dan inovasi baru seperti kerjasama dan kemitraan dengan pelaku usaha yang lain harus terus dikembangkan agar usaha batik ini dapat bertahan. Pemda setempat turut memberi dukungan dalam melindungi UKM khususnya yang memproduksi batik dengan membuat kebijakan kewajiban bagi lembaga dan instansi pemerintah yang ada di daerah tersebut

menggunakan seragam batik pada hari-hari tertentu dan dengan motif tertentu, kebijakan ini sangat membantu eksistensi UKM batik untuk bertahan hidup. Oleh karena itu untuk mengembangkan daerah pemasaran juga diperlukan kerjasama dengan lembaga/instansi agar peningkatan penjualan dapat berjalan secara terus menerus dan berkesinambungan.

Sumber Daya Manusia

Kebijakan pengembangan SDM saat ini setelah covid-19 memberdayakan 40 tenaga kerja dimana sempat sebelum covid-19 telah mempekerjakan sekitar 60 karyawannya. Seperti pada umumnya UKM tenaga kerja yang profesional dan memiliki inovasi yang tinggi dibidangnya sangat terbatas. Begitu juga UKM Sembung Batik. Menghadapi masalah yang sama sehingga pemilik UKM merupakan orang yang menentukan desain produk, mengembangkan pemasaran, mencari sumber pembiayaan maupun kebijakan rekrutmen tenaga kerja. Tidak adanya struktur organisasi dan job deskripsi menunjukkan bentuk pengelolaan usaha model manajemen organisasi yang masih tradisional (one man show). Sulitnya menemukan karyawan yang ahli dibidangnya dalam hal ini kemampuan membuat berakibat pada kinerja usaha yang belum maksimal

Keuangan

Pengelolaan Keuangan merupakan bagian penting dalam meningkatkan kinerja usaha karena tanpa manajemen keuangan yang baik kemajuan usaha akan berjalan lambat. Untuk mengukur kinerja bisnis suatu usaha penggunaan sistem informasi akuntansi sangat diperlukan karena kinerja suatu usaha dapat dilihat dari informasilaba rugi yang merespresentasikan kemampuan usaha dalam mengoptimalkan pendapatan dan kemampuan efisiensi biaya operasional. Dalam pengelolaan usahanya saat ini UKM, untuk pencatatan transaksi keuangan masih dilakukan secara manual. UKM Sembung Batik belum menggunakan software Akuntansi agar dapat lebih mudah diketahui kinerja usahanya. Karena itulah peningkatan kinerja usaha sulit untuk diprediksi meskipun pelaku usaha merasakan terjadi kenaikan pendapatan setiap tahunnya dan omzet penjualan yang terus meningkat namun sulit untuk mengukur berapa

peningkatan yang diperoleh.

Salah satu keunggulan UKM adalah kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Sebelum Covid 19 UKM Sembung Batik sempat mempekerjakan 60 orang karyawan, Saat ini UKM Sembung Batik mempekerjakan 40 karyawan yang berasal dari daerah sekitarnya, tenaga kerja yang membantik didominasi tenaga kerja wanita sedangkan yang lainnya laki-laki. Tidak persyaratan khusus dalam rekrutmen tenaga kerja, sehingga perlunya pelatihan untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja agar tenaga kerja memiliki inovasi yang tinggi. Berdasarkan kondisi UKM saat ini analisa SWOT penting untuk dilakukan setiap pelaku usaha UKM yaitu mengenai Kekuatan, Kelemahan, Kesempatan dan Tantangan yang dihadapi oleh UKM Sembung Batik dapat diuraikan sebagai berikut.

Kekuatan (*Strength*)

UKM Sembung Batik memiliki kekuatan berupa lokasi pabrik dan gerai yang strategis Produk dan Brand merek yang sudah dikenal oleh masyarakat khususnya di daerah Kulonprogo, mendapat dukungan dari pemerintah berupa kebijakan keharusan menggunakan baju batik pada hari-hari tertentu samapai dengan kemudahan memperoleh pembiayaan dengan tingkat bunga yang rendah. sering mendapat kunjungan dari akademisi ataupun masyarakat untuk sekedar berwisata. Dengan keunggulan yang dimiliki UKM Sembung Batik ini merupakan peluang untuk berkembang dan maju sangat terbuka. Kemajuan ini hanya bisa terjadi bila model manajemen usaha terus diperbaiki mengikuti perkembangan zaman sehingga dengan manajemen yang tepat akan terjadi kenaikan kinerja usaha.

Kelemahan (*Weakness*)

Permasalahan yang dihadapi oleh UKM Sembung Batik dibagian produksi sangat tergantung dengan sinar matahari untuk proses penjemuran dan belum digunakannya mesin dalam kegiatan produksi. Kurangnya tenaga ahli yang pandai membatik dibandingkan dengan tenaga ahli di daerah lain merupakan permasalahan dibidang SDM. Pengelolaan yang bersifat kekeluargaan dan tidak adanya job

deskripsi serta perencanaan atas target yang ingin dicapai mencerminkan model manajemen yang masih tradisional dimana keputusan bisnis hanya ada pada pemilik usaha. Belum dilakukannya kerjasama dan kemitraan dengan pelaku usaha yang lain mengakibatkan market share hanya berkisar di daerah jogyakarta belum memperluas pangsa pasar yang baru. Dalam mengerjakan hal yang bersifat administratif dan pengendalian operasional usaha belum menggunakan bantuan teknologi software akuntansi untuk memudahkan pencatatan transaksi keuangan usaha yang dapat menghasilkan laporan yang akurat dan cepat. dengan demikian pencatatan transaksi keuangan masih bersifat tradisional. Karena itu akan sulit memperoleh informasi bisnis yang sebenarnya khususnya informasi keuangan.

Kesempatan (*Opportunity*)

Peluang untuk mengembangkan bisnis dibidang batik sangat terbuka mengingat batik merupakan aset nasional yang diakui oleh unesco sebagai warisan budaya negara Indonesia. Dengan demikian UKM Sembung Batik dapat memperluas pangsa pasar ke daerah luar jogyakarta atau bahkan ke pasar Internasional. Kesempatan lain yang dapat dikembangkan dan menambah revenue adalah tempat dan lokasi pabrik yang strategis di daerah kulonprogo sebagai daerah yang sedang berkembang pariwisatanya maka kesempatan pada UKM batik untuk mengembangkan bisnisnya sebagai tempat tujuan wisata sebagai bagian dari usaha utamanya.

Tantangan (*Treathly*)

Tantangan yang dihadapi oleh UKM Sembung Batik adalah tingkat persaingan yang semakin ketat pada produk sejenis baik pada produk fasion batik maupun fasion secara umum. Oleh karena itu pelaku usaha dan sumberdaya manusia yang ada pada badan usaha dituntut untuk lebih kreatif dalam hal desain maupun kualitas produk. Selain itu perlu adanya difersifikasi produk dengan motif batik.

Kesimpulan dan Saran

Manajemen usaha yang tepat dalam sebuah perusahaan sangat dibutuhkan. Model

manajemen usaha menentukan keberhasilan usaha, meskipun usaha tersebut adalah usaha kecil. Karena dengan model manajemen usaha yang tepat, bukan tidak mungkin suatu usaha kecil dapat mengembangkan bisnisnya ke depan dengan lebih cepat. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa model manajemen UKM Sembung Batik masih bersifat tradisional dan kekeluargaan. Kondisi ini mengakibatkan kinerja yang dicapai oleh badan usaha belum maksimal. Oleh karena itu, diperlukan terobosan di bidang produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia agar kinerja usaha menjadi lebih baik.

Beberapa tindakan yang dapat dilakukan oleh UKM Sembung Batik disarankan antara lain menggunakan mesin dalam berproduksi, menonjolkan kekhasan dan kualitas produk, merancang strategi pemasaran dengan menjalin kerjasama dan kemitraan, mendapatkan pembiayaan usaha melalui investor atau lembaga keuangan, mempekerjakan karyawan yang baik dan berkualitas, memperlakukan vendor dengan baik, dan menggunakan software dalam setiap transaksi keuangan. Berikut ini beberapa saran untuk UKM Sembung Batik dalam mengelola suatu manajemen usaha yang baik antara lain:

- 1) Tetapkan strategi pemasaran yang memfokuskan pada segmentasi pasar, target yang akan dicapai, dan kualitas produk yang sesuai dengan selera pasar atau selera konsumen agar dapat mempertahankan pasar yang sudah ada sekaligus menciptakan pasar sendiri.
- 2) Perhatikan aspek marketing mix (Price, Product, Promotion, Place, People, Process, Physical) yang bermanfaat dalam mengatur strategi pemasaran dan manajemen personalia usaha.
- 3) Bekerjasama dengan investor dalam hal pendanaan bisnis dan tidak menggunakan dana sendiri dalam menjalankan usaha.
- 4) Rekrut karyawan yang berkualitas.
- 5) Jualkan kekhasan dan kualitas produk.
- 6) Gunakan teknologi, contohnya Sistem Informasi Akuntansi (SIA).
- 7) Bekerja keras dan disiplin dalam berusaha yang harus dimiliki oleh setiap pengusaha serta bekerja secara efisien dan efektif.

Daftar Pustaka

- Bismala, L. (2016). Model manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efektivitas usaha kecil menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 19-26. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Covid-, P., & Hidayat, A. (2021). Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Menghadapi. 03(02), 99–113.
- Destiana, S. J. R. (2016). Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Cirebon Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pembiayaan Syariah. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 2(2), 93–103.
- Kemenko Perekonomian. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 1–2. www.ekon.go.id
- Setiarso, B. (2006). Pengelolaan pengetahuan (knowledge management) dan modal intelektual (intellectual capital) untuk pemberdayaan UKM. *Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Jakarta*.
- Setiawati, R. (2020). Bimbingan Teknis Aspek Umum Manajemen Usaha Kecil Untuk Pengembangan Usaha Produk Umkm Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Abdimas: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(11), 73-78.
- 岡戸, 艾斌, 巴山, 玉蓮, & 櫻井. (2003). 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析. *総合都市研究*, 81, 19-30.