

## Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection

Adi Suparwo, Hendi Suhendi, Rizal Rachman, Toni Arifin, Mayya Nurbayanti Shobary  
Universitas BSI, adi.aoa@bsi.ac.id

### Abstrak

Modal masih menjadi masalah utama dalam suatu usaha. Kemajuan suatu usaha ditentukan oleh seberapa besar modal yang dimiliki. Semakin besar modal yang dimiliki maka semakin besar peluang usaha tersebut untuk memperoleh keuntungan yang berdampak pada perkembangan usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan mengenai strategi pengembangan usaha kecil dan menengah terkait modal usaha yang diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi pengembangan usaha kecil dan menengah di Kota Bandung khususnya untuk industri baju bayi Indra Collection. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif yang menggambarkan dan memberikan solusi pada pelaku industri kecil dan menengah khususnya pada industri baju bayi Indra Collection. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi pengembangan usaha dimulai dari cara pengelolaan modal usaha dan manajemen keuangan yang bijak dengan cara penghematan dan pengalokasian dana yang digunakan sesuai dengan peruntukannya. Dan hal ini tentunya harus didukung dengan memberikan pendampingan dan pembinaan yang tepat agar industri kecil dan menengah bisa berkembang pesat dan tetap bertahan.

**Kata Kunci:** Industri kecil dan Menengah, Modal Usaha

### Abstract

*Capital is still a major problem in a business. The progress of a business is determined by how much capital it has. The greater the capital owned, the greater the business opportunity is to gain profits that impact on business development. The purpose of this study is to provide input on the strategy of small and medium business development related to business capital which is expected to be used as input for the development of small and medium enterprises in Bandung especially for Indra Collection baby clothes industry. The method used in this study is descriptive research method with a qualitative approach that describes and provides solutions to small and medium industry actors, especially in the baby clothing industry Indra Collection. The results of this study explain that the business development strategy starts from the way of business capital management and wise financial management by way of savings and allocation of funds used in accordance with its allocation. And this should be supported by providing the right assistance and guidance so that small and medium industries can grow rapidly and stay afloat.*

**Keyword:** Small and Medium Industry, Business Capital

*Diterima : 26 Mei 2018, Direvisi : 12 Juli 2018, Dipublikasikan : 15 Agustus 2018*

### Pendahuluan

Membangun sektor industri yang maju dimulai dengan pembinaan yang tepat pada industri tersebut. Saat ini banyaknya industri kecil yang tumbuh dan berkembang di

masyarakat sangat mempengaruhi iklim perekonomian di masyarakat tersebut, namun apabila industri yang berkembang tersebut tidak dibimbing dan dibina maka akan sulit untuk industri tersebut bisa berkembang pesat dan tetap bertahan. Maka dalam hal ini begitu pentingnya pembinaan dalam manajemen usaha di lingkungan industri sehingga menjadi suatu hal yang harus diperhatikan baik itu oleh pemerintah maupun oleh para akademisi khususnya perguruan tinggi. Munculnya usaha-usaha kecil jelas sangat membantu pertumbuhan ekonomi rakyat, karena perputaran uang di masyarakat akan menjadi lebih lancar, selain itu perusahaan kecil atau usaha rumahan juga tidak kalah bersaing dengan perusahaan besar yang sudah punya nama. Buktinya masih banyak perusahaan kecil yang masih berdiri sampai sekarang (Rachman et al., 2018).

Usaha pada industri kecil sangat diminati oleh orang awam, karena industri kecil mempunyai daya tarik tersendiri bagi siapa pun yang ingin memulai usaha baik dari kalangan anak-anak muda sampai orang tua. Apalagi saat ini muncul berbagai usaha yang baru-baru serta unik dan mudah ditiru. Dengan kemajuan dan kecanggihan teknologi orang bisa sangat mudah mengakses melalui internet untuk mencari inspirasi berbagai bisnis yang sedang ramai diperbincangkan. Namun langkah awal orang untuk memulai bisnis masih terganjal dengan berbagai permasalahan. Permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha industri kecil dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran (Suci, 2017).

Masalah dalam suatu industri ada dua yaitu masalah finansial dan non-finansial. Masalah finansial menjadi faktor utama permasalahan industri, yang mana faktor finansial itu adalah menyangkut modal usaha. Modal menjadi sumber ketakutan tersendiri disaat industri sudah mulai dirintis namun kesulitan untuk tumbuh dan berkembang. Masalah permodalan diantaranya mengenai bagaimana menentukan kebutuhan modal usaha, bagaimana mendapatkan dana atau sumber permodalan, dan bagaimana mengelola modal yang terbatas untuk mendapatkan manfaat yang maksimal. Berkaitan dengan masalah terbatasnya permodalan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) membutuhkan dukungan dari lembaga pembiayaan termasuk perbankan. Dari berbagai hasil studi ternyata akses sebagian besar UMKM terhadap perbankan masih terbatas. Permasalahan ini terkait dengan profil dari debitur-debitur usaha skala mikro yang kurang atau bahkan tidak *bankable* atau tidak memenuhi persyaratan-persyaratan teknis perbankan (Susilo, 2010).

Industri konveksi pakaian merupakan suatu industri yang banyak diminati oleh masyarakat terutama masyarakat di kota Bandung. Industri konveksi baju bayi Indra Collection merupakan salah satu industri konveksi yang sudah lama berdiri sejak dua puluh tahun yang lalu. Industri baju bayi Indra Collection dikelola secara berkeluarga dan memproduksi pakaian serta perlengkapan bayi. Namun seiring

berjalannya waktu industri tersebut belum bisa berkembang besar dikarenakan adanya faktor-faktor yang menghambat kemajuan industri tersebut diantaranya terbatasnya permodalan yang dimiliki, sumber daya manusia yang lemah dan akses pemasaran yang belum dioptimalkan. Namun masalah permodalan yang paling mendominasi terhadap kemajuan dan perkembangan industri tersebut. Sehingga sangat dibutuhkan strategi pengembangan usaha agar permasalahan tersebut dapat diatasi. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan mengenai strategi pengembangan usaha kecil dan menengah terkait modal usaha yang diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi pengembangan usaha kecil dan menengah di Kota Bandung khususnya untuk industri baju bayi Indra Collection.

Kajian Teoritis

Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha pada suatu industri sangatlah diharuskan apabila industri tersebut ingin berkembang menjadi lebih besar. Banyak sekali faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan diperbaiki agar perkembangan suatu industri bisa berjalan dengan cepat dan tentunya akan bisa memberikan keuntungan juga nilai tambah pada industri tersebut. Disisi lain usaha yang berkembang akan memberikan daya saing tersendiri sehingga usaha lain yang sejenis akan merasa tersaingi dan tidak akan timbul monopoli produk. Dengan persaingan tersebut maka bisa menghidupkan dunia usaha yang akhirnya sirkulasi ekonomi dan keuangan di masyarakat akan lebih baik dan daya beli masyarakat akan meningkat. Pada tingkat nasional, dengan adanya pengembangan setiap industri kecil dan menengah ataupun UMKM yang ada di setiap daerah maka dapat menekan angka pengangguran dan kemiskinan yang diharapkan dapat menyerap banyak tenaga kerja sehingga pemerataan ekonomi dapat tercapai. Maka dapat dikatakan bahwa peran UMKM apabila dikembangkan akan sangat berpengaruh pada pendapatan Negara. Peran UMKM juga telah teraktualisasi pada masa krisis hingga saat ini. Selama masa krisis ekonomi hingga kini, keberadaan UMKM mampu sebagai faktor penggerak utama ekonomi Indonesia. Terutama ketika krisis kegiatan investasi dan pengeluaran pemerintah sangat terbatas, maka pada saat itu peran UMKM sebagai bentuk ekonomi rakyat sangat besar (Prasetyo, 2008).

Permasalahan UMKM dalam Permodalan

Banyak sekali faktor-faktor penyebab tidak berkembangnya suatu usaha terutama pada industri kecil dan menengah (UMKM). Namun faktor-faktor yang pada umumnya menghambat berkembangnya suatu usaha dan ini dirasakan oleh industri baju bayi Indra Collection yang diantaranya adalah terbatasnya permodalan yang dimiliki, sumber daya manusia yang lemah dan akses pemasaran yang belum dioptimalkan. Permodalan merupakan penghambat utama baik dalam memulai usaha maupun mengembangkan usaha. Kurangnya permodalan bukan hanya dari segi jumlah modal yang dibutuhkan, namun juga dari mana sumbernya modal bisa didapatkan. Bahkan keberlangsungan suatu usaha bisa disebabkan oleh modal usaha yang sedikit. Banyak sekali usaha-usaha industri yang akhirnya ditutup karena tidak mampu melanjutkan usahanya yang disebabkan modal yang dimiliki terbatas, sehingga kesulitan dalam memutar modal yang dimiliki. Karena kebanyakan

industri kecil memulai usaha dengan mengandalkan modal dari tabungan sendiri. Selain itu sumber modal yang didapatkan juga cukup sulit, meski banyak lembaga keuangan maupun lembaga non keuangan, namun karena tidak punya sesuatu yang dijaminakan menjadi masalah yang menghambat usaha. Walaupun diluaran ada pembiayaan yang menawarkan pinjaman modal tanpa jaminan, namun bunga pengembaliannya cukup besar. Disamping itu, umumnya pelaku usaha tidak memiliki laporan keuangan yang jelas, artinya laporan keuangan tersebut tidak secara sistematis dan rinci memuat tentang aktivitas usaha; sehingga susah untuk mendapatkan kredit dari bank yang mengharuskan adanya laporan keuangan (Inayah, Kirya, & Suwendra, 2014). Akibatnya banyak pelaku usaha yang mundur untuk mendapatkan modal pinjaman. Sehingga para pengusaha kecil mereka takut terjebak dalam keterikatan renternir. Maka kelemahan UMKM adalah tidak akan bisa mengembangkan usahanya jika tidak mendapatkan kucuran bantuan modal dalam berkompetisi, yang mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi terbatas sulit dalam jangka pendek terselaikan walaupun pemerintah mengerahkan kebijakan-kebijakan dalam mendukung UMKM (Suci, 2017).

Modal adalah faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Utari & Dewi, 2014). Barang-barang, peralatan dan bahan baku yang dibeli, diolah lalu dijual sangat membutuhkan modal. Modal awal yang kecil tentu hasil yang di dapatkan kecil. Karena untuk membeli bahan baku yang berkualitas baik dibutuhkan modal yang tidak sedikit, dan apabila produk yang dihasilkan berkualitas maka konsumen yang membeli akan semakin puas dan bisa membeli ulang bahkan merekomendasikan pada keluarga atau teman-temannya.

Selain modal berpengaruh pada proses produksi, modal juga berpengaruh pada kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Yang dimaksud SDM dalam hal ini adalah pemilik usaha dan pekerja. Apabila SDM ini berkualitas maka diharapkan mampu meningkatkan kinerja UMKM baik kinerja keuangan maupun non keuangan (Utari & Dewi, 2014). Untuk itu manajemen usaha yang baik dipengaruhi oleh SDM nya, dimana tingkat pendidikan dan pengalaman baik pemilik usaha maupun pekerjanya sangat diutamakan. Dan untuk mempekerjakan tenaga kerja yang berpendidikan dan berpengalaman membutuhkan modal yang tidak sedikit untuk membayar upahnya dan tentu akan berdampak pada kesejahteraan perusahaan.

Keterbatasan modal juga juga berdampak pada pelaksanaan kegiatan pemasaran, karena tanpa kegiatan pemasaran produk yang sudah berhasil di produksi dengan baik belum tentu bisa dijual. Anggaran yang dibutuhkan dalam pemasaran cukup besar, mengingat proses pemasaran merupakan ujung tombak kemana produk akan dijual dan pada segmentasi pasar mana produk tersebut bisa diterima. Untuk proses pemasaran tidak hanya mengandalkan iklan dengan pemasangan banner maupun sepanduk, namun juga banyak cara pemasaran seperti penyebaran brosur, promosi lewat mulut ke mulut, membuka stan bazar pada saat ada pameran, maupun melalui

media online. Selain itu peranan periklanan juga sangat penting, periklanan dihargai karena dikenal sebagai pelaksana beragam fungsi komunikasi yang penting bagi perusahaan bisnis dan organisasi lainnya (Chrismardani, 2014). Dan itu semua membutuhkan modal yang cukup besar setelah biaya produksi dan tenaga kerja.

### **Metode**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif. Dalam metode deskriptif kami menggambarkan keadaan yang sebenarnya ditempat penelitian, yang diambil dari permasalahan yang sedang terjadi pada industri baju bayi Indra Collection dengan melakukan survey dan wawancara dengan manajemen industri tersebut. Sedangkan metode kualitatif diambil dari beberapa kajian literatur yang berkaitan dengan permasalahan pengembangan usaha pada industri baju bayi Indra Collection sebagai alternatif solusi masalah.

### **Hasil dan Pembahasan**

Industri adalah unit usaha yang melakukan kegiatan produksi, tidak termasuk perdagangan. Dengan demikian industri kerajinan rumah tangga, industri kecil, dan industri sedang merupakan bagian dari UMKM (Susilo, 2010). Namun pada industri baju bayi Indra Collection, selain memproduksi produk juga sekaligus sebagai penjual. Industri kecil ataupun UMKM mempunyai peranan yang sangat penting bagi kemajuan perekonomian suatu Negara dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Strategi pengembangan industri kecil dan menengah dilakukan sebagai upaya mewujudkan agar UMKM mampu bertumbuh pesat yang hasilnya selain hanya mengurangi masalah pengangguran dan kemiskinan, namun juga mendukung program pemerintah untuk membuat masyarakat sejahtera.

Strategi pengembangan usaha yang harus dilakukan di industri baju bayi Indra Collection yaitu dengan memberikan pendampingan dan pembinaan mengenai mengenai bagaimana menentukan kebutuhan modal usaha, bagaimana mendapatkan dana atau sumber permodalan, dan bagaimana mengelola modal yang terbatas untuk mendapatkan manfaat yang maksimal. Karena modal sangat berpengaruh pada proses produksi, sumber daya manusia dan pemasaran. Dalam menentukan kebutuhan modal usaha, pelaku usaha sebaiknya membuat perhitungan, karena besar kecilnya modal tergantung dari besar kecilnya jenis usaha yang dijalankan, dan tentunya akan menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh. Untuk itu pelaku usaha harus bisa mengkatagorikan modal kedalam tiga bagian (Purwanti, 2012), diantaranya:

1. Modal investasi adalah jenis modal usaha yang harus dikeluarkan yang biasanya dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang, namun modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun bahkan bisa dari bulan ke bulan.
2. Modal kerja adalah modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu.

3. Modal operasional adalah modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik dan sebagainya. Dana yang dialokasikan untuk modal usaha bukan dana yang dipakai untuk kebutuhan atau keperluan konsumtif pelaku usaha. Jadi dana tersebut harus benar-benar untuk usaha dan dipisahkan dengan dana keluarga. Maka solusi yang diberikan berupa pembuatan *business plan* yang benar, karena dengan *business plan*, pelaku usaha akan mudah menentukan berapa modal yang dibutuhkan dan akan digunakan serta dialokasikan untuk usaha.

Untuk mendapatkan sumber permodalan, sebenarnya banyak cara yang bisa didapatkan, mulai dari pihak internal yaitu modal sendiri dan pinjaman dari teman atau keluarga, kemudian dari pihak eksternal yaitu melalui lembaga keuangan seperti bank dan lembaga non keuangan seperti koperasi, pegadaian dan modal ventura. Namun modal yang bisa didapat dari pihak internal biasanya jumlahnya terbatas dan harus segera dikembalikan. Berbeda dengan modal yang bisa didapat dari pihak eksternal, jumlah yang didapatkan bisa sangat besar dan waktu pengembalian tergantung dari kesepakatan kedua belah pihak. Akan tetapi persyaratan yang harus dipenuhi yang membuat pelaku usaha merasa keberatan, yang diantaranya yaitu adanya agunan atau jaminan sesuai dengan jumlah modal yang dipinjam, kelayakan usaha dan legalitas usaha yang harus terpenuhi. Maka strategi yang dapat diberikan untuk mendapat permodalan diawali dari membuat legalitas usaha, karena hampir semua lembaga pembiayaan mensyaratkannya. Kemudian membuat rencana bisnis yang baik, karena hal ini penting untuk meyakinkan pemilik modal. Setelah itu manajemen keuangan dan laporan keuangan yang baik tentu akan menambah nilai lebih agar pemilik modal tertarik untuk memberi bantuan dana. Maka dalam hal ini pelaku usaha juga harus berusaha mengelola usaha dengan lebih profesional dan memenuhi aspek legalitas usaha agar memudahkan bagi pihak pemerintah maupun lembaga keuangan untuk melakukan berbagai usaha pemberdayaan dan bantuan permodalan (Maryati, 2014).

Mengenai pengelolaan modal yang terbatas untuk mendapatkan manfaat yang maksimal ini berkaitan dengan bagaimana pelaku usaha dalam mengalokasikan modal yang telah dimiliki agar bisa dipergunakan dengan bijak. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperkaya pengetahuan pelaku UMKM terhadap pengetahuan keuangan sehingga pengelolaan dan akuntabilitasnya bisa dipertanggungjawabkan dengan lebih baik sebagaimana layaknya perusahaan besar (Aribawa, 2016). Selain itu pelaku usaha harus membuat keputusan yang tepat dalam setiap anggaran yang digunakan untuk kemajuan usaha. Diantaranya mengenai proses produksi harus tertata dengan baik dan dibuatkan SOP (Standar Operasional prosedur). Mengenai sumber daya manusia, sebagai pelaku usaha tentunya harus dapat mempekerjakan SDM yang kompeten dan terampil, karena kualitas SDM tentunya sangat berpengaruh pada hasil kerja dan akhirnya dapat menghemat pengeluaran perusahaan. Kemudian mengenai akses pemasaran, perusahaan dapat mengoptimalkan media pemasaran yang familiar saat ini seperti online melalui internet atau berkolaborasi dengan para pengusaha yang sejenis, tentu akan menghemat modal yang dikeluarkan untuk pemasaran.

### Simpulan dan Rekomendasi

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan yaitu industri baju bayi Indra Collection belum memiliki pengetahuan tentang bagaimana memahami dan melakukan manajemen keuangan yang baik pada usaha kecil, yang berdampak pada perolehan dan pengelolaan modal yang didapatkan sehingga perlu diberikan pembinaan terkait kemampuan UMKM dalam hal manajemen keuangan yang baik. Adapun rekomendasi dari penelitian ini adalah agar pelaku usaha mampu mengatur modal yang dimiliki dan melakukan penghematan serta manajemen keuangan yang bijak agar usaha yang dijalankan bisa berkembang lebih maju.

### Daftar Pustaka

- Aribawa, D. (2016). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA DAN KEBERLANGSUNGAN UMKM DI JAWA TENGAH. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol.20 No., 1-13.
- Chiasmardani, Y. (2014). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU : IMPLEMENTASI UNTUK UMKM. *Jurnal NeO-Bis*, Vol.8 No.2, 176-189.
- Inayah, N., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2014). PENGARUH KREDIT MODAL KERJA TERHADAP PENDAPATAN BERSIH USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) SEKTOR FORMAL. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol.2.
- Maryati, S. (2014). PERAN BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN UMKM DAN AGRIBISNIS PEDESAAN DI SUMATERA BARAT. *ECONOMICA*, Vol.3 No.1 (ISSN: 2302-1590), 1-17.
- Prasetyo, P. E. (2008). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran. *AKMENIKA UPY*, Vol.2.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, Vol.5 No.9, 13-28.
- Rachman, R., Suhendi, H., Shobary, M. N., Arifin, T., Suparwo, A., & Ariyandi, D. (2018). Manajemen Usaha Serta Pemanfaatan Sosial Media Bagi UMKM Baso Malang Campur Sari. *Jurnal Abdimas BSI*, Vol.1 No.1, 130-135.
- Suci, Y. R. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol.6 No.1, 51-58.
- Susilo, Y. S. (2010). Peran Perbankan Dalam Pembiayaan UMKM di Provinsi DIY. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, Vol.14 No., 467-478.
- Utari, T., & Dewi, P. M. (2014). PENGARUH MODAL, TINGKAT PENDIDIKAN DAN TEKNOLOGI TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KAWASAN IMAM BONJOL DENPASAR BARAT. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol.3 No.1 (ISSN: 2303-0178), 576-585.