

**ANALISIS KARAKTERISTIK DAN IDENTIFIKASI
KENDALA YANG DIHADAPI UMKM DI KOTA MALANG
(Studi Kasus pada Sentra Industri Tempe Sanan)**

JURNAL ILMIAH

Disusun Oleh :

**SILVIA CANDRA FRISTIAN
0810213082**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2014**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**ANALISIS KARAKTERISTIK DAN IDENTIFIKASI KENDALA YANG DIHADAPI
UMKM DI KOTA MALANG**

Studi Kasus Pada Sentra Industri Tempe Sanan

Yang disusun oleh :

Nama : Silvia Candra Fristian

NIM : 0810213082

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di
depan Dewan Penguji pada tanggal 23 Desember 2013

Malang, 23 Desember 2013

Dosen Pembimbing,



Dr. Khusnul Ashar, SE.,MA.

NIP. 19550815 198403 1 002

**ANALISIS KARAKTERISTIK DAN IDENTIFIKASI KENDALA YANG DIHADAPI
UMKM DI KOTA MALANG
(Studi Kasus pada Sentra Industri Tempe Sanan)**

Silvia Candra Fristian

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: silvia_cf23@yahoo.com

ABSTRAK

Keberadaan UMKM sangat besar kontribusinya bagi perekonomian negara. Dengan berbagai peran yang disumbangkan oleh UMKM seperti dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi dalam Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, UMKM memiliki potensi yang besar untuk dapat berkembang untuk dapat menjadi motor utama penggerak ekonomi bangsa. Sumbangan UMKM terhadap PDB Nasional tahun 2011 menunjukkan persentase sebesar 56,52 persen. sedangkan sumbanagn UMKM tehadap total PDRB Jawa Timur mencapai 53,8 persen dari tota; PDRB Jawa Timur pada tahun 2010, serta dapat menyediakan 97,30 persen lapangan kerja.

Potensi yang dimiliki UMKM pada berbagai aspek usaha seperti aspek permodalan UMKM sentra industri tempe Sanan sebagian besar berasal dari modal sendiri dan sebagian besar mengalami peningkatan dalam modal, sehingga berpotensi untuk berkembang dengan menambahkan modal yang berasal dari sumber lain, seperti kredit perbankan. Aspek tenaga kerja, UMKM sentra industri tempe Sanan memiliki peran krusial di dalam penyerapan tenaga kerja. Aspek produksi, sebagian besar UMKM menggunakan bahan baku kedelai, sehingga UMKM ini berbasis pertanian, dan dapat mendukung pembangunan dan pertumbuhan produksi di sektor pertanian, khususnya kedelai, serta sebagian besar UMKM belum menggunakan teknologi modern, dan mengandalkan tenaga manusia.

Penyajian data dengan menggunakan analisis SWOT ysnng memberikan informasi yang detail mengenai potensi dan hambatan UMKM. Penyampaian data melalui proses visualisasi sehingga memudahkan dalam memahami karakteristik UMKM.

Kata Kunci: Karakteristik, potensi dan hambatan UMKM

A. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan industri skala kecil dan menengah berkembang mewarnai perekonomian di daerah. Mulai dari industri makanan, kerajinan, mebel, hingga konveksi atau tekstil, dimana keberadaannya menjadi salah satu solusi dalam mengatasi angka pengangguran sekaligus menggerakkan roda perekonomian daerah. Kawasan perkotaan di Indonesia, seperti juga perkotaan di dunia ketiga, banyak dijumpai berkembangnya industri kecil sebagai akibat tidak mampunya pemerintah mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan.

Beberapa kegiatan mereka belum mendapat perhatian serius dari pemerintah. Pada umumnya pemerintah daerah sebagai pengelola kota masih banyak memikirkan sektor formal yang lebih mudah dikontrol. Padahal sektor industri kecil dan menengah memiliki kontribusi yang nyata untuk mengatasi masalah pengangguran dan masalah perekonomian kawasan perkotaan. ILO melaporkan bahwa 60% buruh di kota-kota negara berkembang diserap oleh sektor informal dan kegiatan usaha kecil dan menengah (UKM). Dilaporkan juga bahwa peran sektor UKM sangat penting karena mampu menciptakan pasar-pasar, mengembangkan perdagangan, mengelola sumber alam, mengurangi kemiskinan, membuka lapangan kerja, membangun masyarakat dan menghidupi keluarga tanpa fasilitas dari pihak pemerintah daerah. Di Indonesia, sektor UMKM bahkan menjadi tumpuan kehidupan yang semakin besar sejak terjadinya krisis ekonomi yang dimulai pada tahun 1997 (Sriyana, 2010:80). Uraian tersebut menunjukkan bahwa UMKM

memiliki peran yang sangat penting bagi perkembangan ekonomi, karena mampu menciptakan pasar-pasar, mengembangkan perdagangan, mengelola sumber alam, mengurangi kemiskinan, membuka lapangan kerja, membangun masyarakat dan menghidupi keluarga tanpa fasilitas dari pihak pemerintah daerah.

Jumlah UMKM di wilayah Jawa Timur pada tahun 2010 mencapai 4,2 juta UMKM, dimana 85,09% merupakan usaha mikro; 14,19% merupakan usaha kecil; 0,57% usaha menengah dan hanya 0,15% berupa usaha skala besar. Usaha sektor UMKM telah membantu pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur dengan menyumbang produk domestik regional bruto (PDRB) sebesar 53,4% atau setara dengan Rp 415,7 triliun, oleh karena itu sektor UMKM memiliki peranan yang strategis bagi perekonomian di Jawa Timur. Sektor UMKM memiliki pola usaha yang bersifat unik, karena lebih banyak dikerjakan dalam lingkup sektor informal, dimana 30% usaha UMKM memenuhi kriteria layak (*feasible*) dan *bankable*, sedangkan 70% sisanya hanya memenuhi kriteria layak (*feasible*), akan tetapi belum *bankable* (BPS Jawa Timur, 2011).

Tingginya unit UKM di Jawa Timur sejalan dengan pertumbuhan ekonomi Jawa Timur yang juga tertinggi. Pola pertumbuhan ekonomi dilihat dari sisi kewilayahan di Jawa Timur menunjukkan adanya wilayah yang sangat maju dan wilayah yang masih tertinggal. Dengan kata lain menunjukkan terjadinya ketimpangan. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi terpusat di perkotaan seperti Kota Surabaya dan sekitarnya (Sidoarjo dan Gresik), serta Kota Malang dan Kabupaten Malang. Kota-kota tersebut merupakan pusat aktivitas ekonomi di Jawa Timur dengan kontribusi sebesar 50 persen terhadap total ekonomi Jawa Timur pada tahun 2010 (World Bank : 2011).

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan koperasi memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Hal ini ditunjukkan oleh keberadaan UMKM dan koperasi yang telah mencerminkan wujud nyata kehidupan sosial dan ekonomi bagian terbesar dari rakyat Indonesia. Peran UMKM yang besar ditunjukkan oleh kontribusinya terhadap produksi nasional, jumlah unit usaha dan pengusaha, serta penyerapan tenaga kerja. Dari segi kuantitatif, jumlah seluruh pelaku usaha di Indonesia pada tahun 2009 (angka sementara) menunjukkan mencapai 52.769.280 unit. Dari jumlah tersebut, sebanyak 99,99% atau 52.764.603 unit usaha di antaranya adalah UMKM. Kontribusi UMKM dalam penyediaan lapangan kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB) juga sangat signifikan. UMKM yang jumlahnya dominan tersebut menyediakan 97,30% lapangan kerja dan menyumbang PDB sebesar 56,52% (BI, 2011:1). Uraian di atas menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi yang positif untuk mengatasi permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat secara langsung, dan juga pemerintah sebagai pihak yang berkepentingan dengan masalah perekonomian daerah.

Usaha tempe dan keripik tempe tersebut merupakan bagian dari UMKM yang memiliki peran penting di Kota Malang. UMKM merupakan bagian dari sektor perdagangan, hotel dan restoran yang merupakan penyokong utama perekonomian Kota Malang (36,85 persen). Dua sektor utama lain adalah industry pengolahan (34,01 persen) dan jasa (12,04 persen). Tiga sektor ini merupakan penunjang utama produk domestik regional bruto (PDRB) Kota Malang sebesar 34,226 triliun (2012). Berkembangnya UMKM di Kota Malang tidak lepas dari dukungan Pemerintah dan Perbankan. Dari sektor Perbankan, kredit untuk UMKM terus bertumbuh. Berdasarkan data Bank Indonesia Malang, nilai kredit UMKM di Kota Malang pada 2012 sebesar Rp 2,68 triliun, naik dari sebelumnya sebesar Rp 2,64 triliun pada 2011.

Salah satu UMKM yang ada di Kota Malang adalah sentra industri tempe Sanan, yang cukup berkembang dan telah menjadi ikon Kota Malang. Usaha yang dilakukan di sentra industri tempe Sanan tidak hanya memproduksi tempe dari bahan kedelai ataupun kacang, untuk memenuhi kebutuhan lauk pauk masyarakat. Namun telah dikembangkan menjadi beragam produk keripik tempe dan keripik buah. UMKM industri tempe Sanan juga dikenal sebagai sentra oleh-oleh khas Malang. Dipilihnya UMKM di sentra industri tempe Sanan karena di tempat itu merupakan salah satu UMKM yang cukup berhasil dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat, sehingga kegiatan tersebut menjadi sumber kehidupan keluarga. Dalam sentra industri tempe Sanan juga terdiri dari beragam jenis, baik yang tergolong mikro, kecil dan menengah.

Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh kelompok usaha “Industri Tempe” dalam pengembangan usahanya. Hal inilah yang menjadi pertimbangan peneliti untuk melakukan penelitian ini. Permasalahan yang paling mendasar dihadapi oleh pelaku UMKM ini meliputi, sumber daya manusia yang kurang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan usahanya, memiliki permasalahan dalam permodalan, kurangnya sarana dan prasarana, serta kurangnya akses pemasaran produk.

Beberapa permasalahan diatas inilah yang memerlukan perhatian yang lebih dari pemerintah daerah Kota Malang khususnya Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang agar UMKM dapat tumbuh dan berkembang dengan lebih baik. Keberadaan UMKM ini perlu untuk dikembangkan karena pengembangan ini akan berpengaruh penting terhadap peningkatan perekonomian masyarakat untuk mencapai kesejahteraan.

B, LANDASAN TEORI

Kelompok sektor industri UMKM terdiri dari sektor industri besar, dan sedang dengan jumlah tenaga kerja 20 orang lebih, serta kelompok industri kecil dan rumah tangga dengan tenaga kerja kurang dari 20 orang (Harahap, 2002:228). UKM terdapat di semua sektor ekonomi, termasuk di industri manufaktur dan perdagangan. Berdasarkan Undang-Undang No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (UK), Industri dan Dagang Kecil (IDK) tergolong industri Usaha Kecil. Batasan IDK didefinisikan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Deperindag) sebagai 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 miliar atau kurang. Selain itu Deperindag juga menggunakan jumlah tenaga kerja untuk mengklasifikasikan ukuran usaha. Industri dan dagang mikro (IDMI) adalah 14 orang, industri dan dagang kecil (IDK) berjumlah 5-9 orang. Industri dan dagang menengah (IDM) berjumlah 20-99 orang dan industri dan dagang besar (IDB) berjumlah 100 orang atau lebih.

Pengelolaan UMKM di Indonesia dilakukan di bawah Kemenkop dan UKM. Dalam rangka mewujudkan pengembangan UMKM di Indonesia, Kemenkop dan UKM memiliki beberapa strategi. Di dalam rencana strategis Kemenkop dan UKM tahun 2010 – 2014, dijelaskan bahwa arah kebijakan yang dikeluarkan memiliki beberapa fokus yang berkaitan dengan UMKM, yaitu peningkatan iklim usaha yang kondusif (pengembangan peraturan dan perundang-undangan yang memudahkan, pembentukan forum dan peningkatan koordinasi antar lembaga yang berkaitan dengan UMKM, peningkatan kemampuan dan kualitas aparat, pengembangan model teknologi untuk mendukung UMKM, dan lain-lain), peningkatan akses terhadap sumber daya produktif (penguatan permodalan UMKM, pengupayaan penurunan suku bunga pinjaman bagi UMKM, restrukturisasi usaha, peningkatan produktivitas dan mutu, pemberdayaan lembaga pengembangan bisnis, fasilitas investasi UMKM, dan pengembangan system bisnis), pengembangan produk dan pemasaran (pemanfaatan ilmu dan teknologi, penguatan jaringan usaha dalam dan luar negeri, dan fasilitasi promosi), dan peningkatan daya saing SDM (pengembangan kewirausahaan, manajerial, keahlian teknis, dan kemampuan dasar). Selain fokus strategi tersebut, kebijakan Kemenkop dan UKM juga dimaksudkan untuk mendukung manajemen dan pelaksanaan tugas teknis lainnya, meningkatkan sarana dan prasarana aparatur kementerian, dan mengembangkan program dan kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan UMKM BI, 2011:13).

Menurut UU No 20 Tahun 2008, yang disebut dengan Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Kemudian yang disebut dengan Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut : (1) kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah). Sementara itu, yang disebut dengan Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut: (1) kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00

(sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah) (BI, 2011:11).

Perkembangan sektor industri dilihat dari sisi perancangan di dalam PDB (Produk Domestik Bruto) tampak terus meningkat. Gejala dan fenomena ini semakin tampak setelah sekitar tahun delapan puluhan, ketika dikeluarkan kebijaksanaan '*Export Drive*', khususnya terhadap sektor manufaktur. Kebijakan tersebut mulai menampakkan hasilnya ketika pertama kalinya pada tahun 1991 peranan sektor industri dalam PDB (21,0%) telah melampaui sektor pertanian (yang hanya sekitar 19,7%). Meningkatnya peran sektor industri, juga diikuti dengan semakin berkembangnya sektor konstruksi, perdagangan dan jasa serta semakin menurunnya peranan sektor pertanian dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan telah terjadi pergeseran struktur perekonomian yang semula bertumpu pada sektor primer kemudian ke sektor sekunder dan akhirnya sektor tersier, walaupun sektor primer sendiri masih diharapkan dapat menopang perekonomian Indonesia (Harahap, 2002:227).

Sesuai dengan Undang-Undang No 20 Bab IV 2008, kriteria UMKM sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro
Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil
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. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah
Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan tempat bangunan usaha; atau
 - b. 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).
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Usaha kecil dan menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Sektor ini juga terbuti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Oleh karenanya pengembangan UKM perlu mendapat perhatian baik dari pemerintah maupun dari masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif. Kegiatan UKM masih menemui hambatan dan permasalahan, antara lain sebagai berikut: (Rosid, 2012).

1. Faktor internal Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut :
 - a. Kurangnya Permodalan
Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Oleh karena itu pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan pada modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.
 - b. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas
Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.
 - c. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar
Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.
2. Faktor eksternal Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut :
 - a. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif
Kebijakan Pemerintah untuk menumbuh-kembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), meskipun dari tahun ketahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dengan pengusaha-pengusaha besar.
 - b. Terbatasnya Sarana dan Prasarana
Usaha Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.
 - c. Implikasi Otonomi Daerah
Dengan berlakunya Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mengalami implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Disamping itu semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang kurang menarik bagi pengusaha luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.
 - d. Implikasi Perdagangan Bebas
Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020 yang berimplikasi luas terhadap usaha kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000) dan isu Hak Asasi Manusia (HAM) serta isu ketenagakerjaan. Isu ini sering digunakan secara tidak fair oleh negara maju sebagai hambatan (*Non Tariff Barrier for Trade*). Untuk itu maka diharapkan UKM perlu mempersiapkan agar mampu bersaing baik secara keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.
 - e. Sifat Produk Dengan Lifetime Pendek
Sebagian besar produk industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk fasion dan kerajinan dengan lifetime yang pendek.
 - f. Terbatasnya Akses Pasar
Terbatasnya akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional. (Rosid, 2012).

C. METODE PENELITIAN

Mengacu pada perumusan masalah, maka penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif perhatiannya lebih banyak ditujukan pada pembentukan teori substantif berdasarkan konsep-konsep yang timbul dari data empiris. Dalam penelitian kualitatif, desain penelitian yang dikembangkan selalu merupakan kemungkinan yang terbuka akan berbagai perubahan yang diperlukan dan lentur terhadap kondisi yang ada di lapangan pengamatannya (Zuhria, 2007:91). Penelitian deskriptif diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Zuriah, 2007:47). Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memberikan dan menguraikan tentang karakteristik dan kendala yang dihadapi UMKM baik dari internal maupun eksternal untuk mengembangkan UMKM.

Lokasi penelitian di Kota Malang, khususnya sentra industri tempe sanan, yang merupakan salah satu sentra UMKM yang ada di Malang. Di sentra tersebut, dihasilkan industri rumah tangga dalam berbagai skala industri dan merupakan industri khas oleh-oleh Kota Malang. Keberadaan industri di sentra tersebut, sangat menunjang keberadaan Kota Malang sebagai tempat pariwisata dan kota pendidikan, yang banyak membutuhkan oleh-oleh khas daerah Malang, bagi pengunjung Kota Malang. Alasan digunakannya sentra industri tempe sanan dalam penelitian ini karena industri tempe merupakan salah satu icon Kota Malang, yang keberadaan industri tersebut sangat menunjang pariwisata daerah.

Penelitian ini berfokus pada karakteristik UMKM. Dalam penelitian ini karakteristik UMKM dilihat dalam lingkup skala usaha, permasalahan yang dihadapi dari masing-masing skala usaha dan jenis usaha UMKM. Untuk memperjelas faktor yang diamati dalam penelitian ini, maka diuraikan definisi operasional sebagai berikut:

1. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM yang dimaksud adalah skala ukuran usaha dan kategori usaha, kategori badan hukum, kategori jumlah modal usaha.

2. Permasalahan UMKM

Permasalahan UMKM yang diamati terdiri dari internal dengan aspek sebagai berikut:

a. Faktor Internal

1) Permodalan

Modal UMKM pada dasarnya berasal dari modal pemilik, sehingga seringkali terjadi keterbatasan modal. Indikatornya adalah:

- a. Sumber modal yang digunakan, modal sendiri atau pinjaman
- b. Jumlah modal yang digunakan untuk kegiatan operasional.
- c. Persyaratan administratif dan teknis bank yang harus dipenuhi UMKM.

2) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia UMKM pada dasarnya terbatas pada keluarga, sehingga terjadi keterbatasan kemampuan SDM. Indikator yang digunakan adalah:

- a. Pendidikan formal SDM
- b. Keterampilan dan pengalaman yang dimiliki SDM.
- c. Kemampuan SDM dalam menyerap perkembangan teknologi
- d. Jumlah SDM

3) Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

Untuk jaringan usaha UMKM, indikator yang digunakan adalah:

- a. Penggunaan mitra kerja dari perusahaan yang lebih besar.
- b. Pemasaran dilakukan oleh perusahaan sendiri dengan label perusahaan.
- c. Penggunaan teknologi internet untuk proses pemasaran

b. Faktor Eksternal

1) Iklim Usaha

Indikatornya adalah:

- a. Tingkat persaingan
- b. Dukungan dari perusahaan besar.

2) Sarana dan Prasarana

Indikatornya adalah:

- a. Sosialisasi pemerintah atas kemajuan ilmu, teknologi kepada UMKM.

- b. Bantuan sarana dan prasarana dari pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM.
- 3. Jenis usaha UMKM
Indikator jenis usaha UMKM adalah:
 - a. Ketersediaan bahan baku
 - b. Pengaruh musim
- 4. Pendapatan
Indikator pendapatan adalah:
 - a. Pendapatan perusahaan per tahun
 - b. Biaya operasional per tahun

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penelitian ini, yaitu:

- a. Wawancara
Wawancara atau interviu menurut Zuriyah (2007:179) merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi verbal dengan tujuan untuk mendapatkan informasi penting yang diinginkan. Wawancara ialah alat informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.
- b. Observasi
Teknik observasi menurut Umar (2008:51) adalah teknik pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitian.
- c. Dokumentasi
Teknik dokumentasi menurut Zuriyah (2007:191) merupakan cara mengumpulkan secara tertulis, seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, dalil dan hukum yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Data yang telah terkumpul selanjutnya dilakukan analisis dengan pendekatan diskriptif kualitatif. Tahapan analisis data dilakukan sebagai berikut.

- 1. Analisis karakteristik UMKM di sentra industri tempe Sanan.
Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik UMKM dan klasifikasi industri tempe di sentra industri tempe Sanan, beserta permasalahan di masing-masing kelompok industri. Adapun karakteristik yang diamati adalah:
 - a. Skala usaha.
Analisis ini untuk mengetahui besarnya kelompok skala usaha di sentra industri tempe Sanan, apakah tergolong mikro, kecil atau menengah. Klasifikasi ukuran skala usaha yang digunakan untuk mengelompokkan masing-masing industri digunakan berdasarkan kebijakan Kementerian Koperasi dan UMKM, sebagai departemen yang menaungi UMKM di Indonesia. Skala tersebut adalah sesuai dengan Undang-Undang No 20 Bab IV 2008, kriteria UMKM sebagai berikut:
 - 1. Kriteria Usaha Mikro
Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
 - 2. Kriteria Usaha Kecil
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. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - c. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - d. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan tempat bangunan usaha; atau
- b. 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).

4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

- b. Analisis permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing skala usaha UMKM di sentra industri tempe Sanan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi baik dari internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Permasalahan dari internal perusahaan ditinjau dari aspek permodalan, Sumber Daya Manusia, Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi pasar.
- c. Analisis Pendapatan UMKM
Analisis ini digunakan untuk mengetahui pertumbuhan pendapatan usaha UMKM yang diamati, dikaitkan dengan kendala yang dihadapi oleh UMKM.
Analisis pendapatan dilakukan dengan menggunakan trend pendapatan selama beberapa periode (2007-2011).

2. Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strength, Weakness, Opportunity and Threat* yaitu suatu analisis yang digunakan untuk menganalisis lingkungan yang mengandung peluang dan ancaman serta mencari kekuatan ataupun kelemahan yang ada. Analisis SWOT dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Identifikasi *Strength, Weakness, Opportunity and Threat* dari aspek internal dan eksternal UMKM
- b. Penggunaan Matrik TOWS untuk mencari solusi penyelesaian atas hambatan yang dihadapi UMK. Dalam matrik ini akan dikembangkan empat tipe strategi yaitu:
 - 1) Strategi SO (Kekuatan-Peluang)
Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang adalah menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
 - 2) Strategi WO (Kelemahan-Peluang)
Bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal.
 - 3) Strategi ST (Kekuatan-Ancaman)
Merupakan strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
 - 4) Strategi WT (Kelemahan-Ancaman)
Merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM di Malang berada di bawah naungan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Malang. Berlokasi di Jalan Raden Panji Suroso No. 18 dengan menempati gedung Bidang Koperasi dan UKM Dinas Perdagangan Industri dan Koperasi Kota Malang. Visi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang adalah Terwujudnya Koperasi dan UKM Sebagai lembaga dan Usaha yang sehat, berdaya saing, tangguh, mandiri, dan berperan dalam perekonomian daerah. Adapun misinya adalah (1) Meningkatkan kuantitas dan kualitas kelembagaan dan sumber daya manusia Koperasi, (2) Memberdayakan koperasi dan UKM sebagai Pelaku Ekonomi yang berdaya saing dengan mengembangkan ekonomi kerakyatan, (3) Memberdayakan Koperasi dan UKM sebagai Pelaku Ekonomi yang berdaya saing dengan mengembangkan ekonomi kerakyatan, (3) Memfasilitasi perkuatan permodalan Koperasi dan UKM melalui pengembangan pembiayaan, (4) Meningkatkan peran Koperasi dan UKM untuk memperkuat struktur perekonomian.

Industri keripik tempe di Desa Sanan Malang yang merupakan bagian dari UMKM mengalami perkembangan yang cukup baik. Hingga tahun 2013 berjumlah kurang lebih 387 pengrajin dari total penduduk yang ada di Desa 387 pengrajin tersebut tergabung dalam wadah koperasi produsen keripik tempe Sanan yaitu Primkopti Bangkit Usaha. Koperasi tersebut merupakan wadah bagi para pengrajin, baik pengrajin tempe maupun pengrajin keripik tempe. Namun, koperasi tersebut hanya mengurus masalah pasokan kedelai, bukan masalah pemasaran.

Sentra keripik tempe Sanan, Malang, dalam beberapa tahun telah berkembang dengan pesat. Jika di awal tahun 2000 hanya ada beberapa perajin keripik tempe, sekarang jumlah perajin bertambah berlipat-lipat. Bahkan jumlah produsen keripik tempe saat ini telah mencapai sekitar 40% dari jumlah penduduk kampung Sanan. Dilihat dari sisi keberhasilan dalam memberdayakan masyarakat Sanan, khususnya dari penyerapan ketenagakerja maka hal ini semakin terwujud terutama mengatasi angka pengangguran di Malang. Sebagai contoh, menurut data di RW 15 terdapat 184 pembuat tempe dengan melibatkan 193 tenaga kerja, 46 pembuat dan penjual keripik tempe dengan melibatkan 210 tenaga kerja, dan 46 peternak sapi dengan melibatkan 79 tenagakerja. Sedangkan di RW 16 terdapat 98 pembuat tempe dengan melibatkan 97 tenagakerja, 11 pembuat dan penjual keripik tempe dengan melibatkan 51 tenaga kerja, dan 17 peternak sapi dengan melibatkan 29 tenaga kerja (Listra, 2012).

Pada tahun 2013 jumlah pengrajin tempe meningkat menjadi 500, dengan jumlah pengrajin yang menjadi anggota koperasi Primkopti Bangkit Usaha sebesar 387 sampai tahun 2008 dan menjadi 386 pada tahun 2013 (Ada yang keluar, karena tidak aktif sebagai anggota Koperasi). Dari jumlah itu 16,80% merupakan anggota yang hanya bergerak dalam industri keripik tempe, sedangkan sisanya sebesar 83,20% bergerak dalam industri tempe, dan sebagian yang menjalankan industri tempe dan keripik tempe. Serta 1,03% bergerak dalam industri tahu. Perkembangan industri tempe dan hasil olahannya selama tahun 2008-2013 dipengaruhi oleh peningkatan wisatawan dari luar kota yang berkunjung ke Kota Batu dan Malang, maupun banyaknya pendatang dari luar kota dan bahkan luar propinsi yang menjalani pendidikan di Kota Malang. Kondisi ini membuat tempe dan olahannya yang merupakan oleh-oleh khas Kota Malang, sering dijadikan buah tangan.

Ditinjau dari tenaga kerjanya, UMKM pengrajin tempe di daerah Sanan sebagian besar mengerjakan industri tempe dan pengolahan tempe secara sendiri, ataupun menggunakan tenaga kerja keluarga. Namun beberapa industri juga telah menggunakan tenaga kerja orang lain. Data klasifikasi tenaga kerja dari UMKM Tempe Sanan dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1: **Klasifikasi Tenaga Kerja UMKM Tempe Sanan Tahun 2013**

Tenaga Kerja	Jumlah Pengrajin Tempe	%
0-4	184	47,55
5-19	160	41,34
20-99	34	8,79
>100	9	2,33
	387	100

Sumber: Koperasi Primkopti Bangkit Usaha, hasil wawancara

Pengklasifikasikan tenaga kerja didasarkan pada klasifikasi yang ditetapkan oleh BPS. Dari 387 pengrajin tempe Sanan, 47,55% menggunakan tenaga kerja 0-4 karyawan. 41,34% menggunakan tenaga kerja antara 5-19. 8,79% menggunakan tenaga kerja antara 20-99 karyawan dan 2,33% menggunakan tenaga kerja lebih dari 100 karyawan. Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengrajin tempe Sanan bersifat tergolong usaha kecil dan menengah. Namun keberadaan industri tempe sanan merupakan salah satu lahan bagi lapangan kerja di daerah tersebut. Hasil analisis ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Rahayu (2012) yang menemukan hasil penelitian sebagai berikut:

Responden dalam penelitian ini adalah para pengrajin keripik tempe di Dusun Sanan sebanyak 30 orang terdiri dari 22 orang laki-laki dan 8 orang perempuan. Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan rata-rata memiliki jumlah tenaga kerja berkisar antara 1-4 orang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki jumlah tenaga kerja berkisar antara 1-4 orang sebanyak 18 perusahaan yang digolongkan sebagai usaha mikro, sedangkan perusahaan yang memiliki jumlah tenaga kerja berkisar antara 5-19 orang sebanyak 12 perusahaan yang digolongkan sebagai usaha kecil (Rahayu, 2012).

Ditinjau dari pelaku usaha berdasarkan gender, maka sebagian besar UMKM tempe Sanan dilakukan oleh laki-laki dengan persentase sebesar 87,34% dan perempuan sebesar 12,66%. Data klasifikasi kepemilikan usaha berdasarkan gender dapat dilihat berikut ini.

Tabel 2: **Klasifikasi Kepemilikan Usaha berdasarkan Gender UMKM Tempe Sanan Tahun 2013**

Klasifikasi Berdasarkan Gender	Jumlah UMKM Tempe sanan	%
Laki-laki	338	87,34
Perempuan	49	12,66
	387	100,00

Sumber: Koperasi Primkopti Bangkit Usaha

Tabel 2 menunjukkan bahwa industri tempe Sanan tidak hanya dilakukan oleh laki-laki saja, namun perempuan juga menggeluti usaha tersebut untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Sebagian besar industri tempe sanan merupakan industri yang bersifat turun temurun, dan didirikan sejak masa kemerdekaan.

Jika dilihat dari skala usaha, maka sentra industri tempe Sanan sebagian besar tergolong dalam usaha mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut (Undang-Undang No 20 Bab IV 2008).

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;

- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha mikro mempunyai peran yang penting dalam pembangunan ekonomi, karena intensitas tenaga kerja yang relatif lebih tinggi dan investasi yang lebih kecil, sehingga usaha mikro lebih fleksibel dalam menghadapi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini menyebabkan usaha mikro tidak terlalu terpengaruh oleh tekanan eksternal, karena dapat mengurangi impor dan memiliki kandungan lokal yang tinggi. Oleh karena pengembangan usaha mikro dapat memberikan kontribusi pada diversifikasi ekonomi dan perubahan struktur sebagai prakondisi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan. Disamping itu tingkat penciptaan lapangan kerja lebih tinggi pada usaha mikro dari pada yang terjadi di perusahaan besar (Sutrisno dan Lestari, 2006:15).

Seperti halnya kegiatan usaha lainnya, sentra industri tempe Sanan dalam menjalankan kegiatan usahanya juga mengalami permasalahan. Dalam penelitian ini permasalahan yang dapat diungkapkan, dari hasil observasi dan wawancara terhadap beberapa pengrajin tempe Sanan diuraikan sebagai berikut:

1) Permodalan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 7 responden yang dipilih secara acak menunjukkan bahwa seluruh responden menggunakan modal sendiri. Alasan sebagian besar responden atas penggunaan modal sendiri dikarenakan modal yang dibutuhkan masih dirasa cukup untuk menjalankan kegiatan usaha. Selain itu penggunaan modal dari bank menurut responden dirasa sangat rumit dan berbelit-belit. Sedangkan menurut mereka dengan adanya bantuan dari segi permodalan akan membantu kegiatan produksi. Hasil wawancara ini didukung oleh hasil penelitian tentang UKM Tempe sanan sebagai berikut.

Mengenai sumber modal yang dimiliki oleh perusahaan tempe Sanan diketahui bahwa sebanyak 27 perusahaan atau 90% dari total perusahaan menggunakan modal dari kekayaan pribadi atau modal sendiri, dan sebanyak 3 perusahaan atau sebesar 10% masih menggunakan modal yang berasal dari pinjaman. (Rahayu, 2012). Berdasarkan uraian tersebut menunjukkan bahwa walaupun sebagian besar industri menggunakan modal sendiri, namun ada beberapa industri yang telah menggunakan modal pinjaman. Dari wawancara dengan responden, modal pinjaman yang dimaksud tidak berasal dari pinjaman bank, namun berasal dari koperasi yaitu berupa bahan baku seperti kedelai, ragi, minyak goreng, dan lain-lain.

Banyaknya pengrajin tempe yang menggunakan modal sendiri menunjukkan bahwa modal bukanlah suatu permasalahan utama. Hal ini karena industri tempe tidak membutuhkan modal yang besar, dan pengembalian modal yang cepat, karena setiap hari modal yang mereka keluarkan dapat cepat dikembalikan, sejalan dengan penjualan tempe. Hal ini juga dipengaruhi oleh kenyataan bahwa tempe merupakan salah satu makanan favorit masyarakat Kota Malang, dan selalu ada dalam setiap hidangan sehari-hari. Sekilas kondisi ini bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa penggunaan modal dari pemilik seringkali menimbulkan keterbatasan modal. Penggunaan modal dari bank bagi sebagian besar pengrajin tempe Sanan dirasa sangat sulit karena persyaratan yang terlalu berat, urusan administrasi yang rumit, dan kurangnya informasi mengenai perkreditan yang ada dan prosedurnya. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian Sukei (2006) yang meneliti tentang UKM di Kota Malang, sebagai berikut.

Dari aspek modal, sebagian besar UKM di Kota Malang dalam permasalahan modal sebenarnya bukan masalah utama bagi pengelola UKM, dan mereka sudah tidak terlalu bergantung pada pemberi modal seperti bank atau koperasi, karena umumnya modal usaha adalah dari mereka sendiri. Tetapi walau demikian, secara umum pada hakekatnya mereka juga tidak menolak tambahan modal terutama apabila ada bantuan-bantuan kredit yang bersifat lunak. Namun kenyataannya, untuk mengharapkan sisa dari kebutuhan finansial sepenuhnya dibiayai oleh dana perbankan jauh dari realitas. Oleh sebab itu, tidak mengherankan jika hingga saat ini walaupun begitu banyak skim-skim kredit dari perbankan dan dari bantuan BUMN, namun pengusaha UKM tidak dapat menikmatinya. Hal ini disebabkan oleh sejumlah alasan, diantaranya adalah persyaratan yang terlalu berat, urusan administrasi yang bertele-tele, dan kurangnya informasi mengenai skim-skim perkreditan yang ada dan prosedurnya (Sukei, 2006).

Namun beberapa responden juga ada yang mengemukakan kurangnya modal. Permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan aktivitas usaha keripik tempe adalah modal (Cak Mul) Kurangnya modal juga dikemukakan secara implisit oleh Bapak Sanusi Kurangnya modal untuk memperluas lahan bagi produksi tempe (Bapak sanusi). Jumlah modal yang digunakan untuk kegiatan operasional dalam industri tempe juga tidak terlalu besar, dan dapat dipenuhi oleh pengrajin tempe di daerah Sanan. Hal ini karena biaya utama yang dibutuhkan adalah untuk pembelian kedelai, sedangkan kebutuhan lainnya seperti ragi, plastik untuk pembungkusan tidak habis setiap harinya. Oleh karenanya biaya operasional dalam industri tempe dapat dipenuhi oleh pengrajin dan bukanlah suatu masalah yang utama.

Pengrajin tempe Sanan lebih menyukai penggunaan modal sendiri dan tidak menggunakan modal bank karena persyaratan administratif dan teknis bank yang rumit, sebagai syarat yang harus dipenuhi UMKM. Dengan kondisi tersebut, pengrajin menjadi enggan untuk menggunakan modal pinjaman dari bank. Dengan hasil yang diperoleh, pengrajin sudah dapat mengumpulkan keuntungannya untuk meningkatkan modalnya dan mengembangkan usaha lainnya seperti memproduksi keripik tempe dan buah dengan berbagai rasa.

2) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia UMKM pada dasarnya terbatas pada keluarga, sehingga terjadi keterbatasan kemampuan SDM. Berdasarkan Hasil wawancara terhadap 7 responden menunjukkan bahwa pendidikan responden bervariasi, dengan sebagian besar SMA. Namun mereka menganggap bahwa pendidikan tidak menjadi masalah dalam pengelolaan industri tempe, karena pengalaman dalam menjalankan kegiatan usaha industri tempe sudah didapat secara turun temurun dan dilakukan lebih dari belasan tahun. Mereka menganggap bahwa keterampilan dan pengalaman yang dimiliki SDM dapat dipelajari dari orang tua mereka. Lemahnya sumber daya manusia bagi industri tempe sanan juga dikemukakan oleh hasil penelitian Rahayu (2012) berikut ini. Responden dalam penelitian ini adalah para pengrajin keripik tempe di Dusun Sanan sebanyak 30 orang terdiri dari 22 orang laki-laki dan 8 orang perempuan. Tingkat pendidikan responden bervariasi mulai dari tamat SD sebanyak 14 orang, SMP sebanyak 11 orang, dan SMA sebanyak 5 orang (Rahayu, 2012).

Adanya keterbatasan dalam SDM, karena sifat UMKM tempe Sanan yang masih bersifat home industri menjadikan kurang terkoordinirnya sistem organisasi perusahaan, seperti tidak adanya kejelasan struktur organisasi, yang menunjukkan tugas dan wewenang serta tanggung jawab dalam melakukan kegiatan usaha. Tidak adanya pencatatan akuntansi, yang dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai segala transaksi yang terkait dengan kegiatan usaha. Pengrajin juga akan mengalami kesulitan dalam memahami perkembangan kegiatan usahanya dari periode ke periode. Tidak dapat memahami penghasilan dan laba perusahaan serta biaya operasional dengan baik, akibatnya mereka tidak dapat memahami apakah kegiatan usahanya telah berjalan secara efisien dan efektif. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Sukei (2006) sebagai berikut.

Dari hasil survey tentang UKM di Kota Malang, menunjukkan fenomena dari aspek umum pada UKM di Kota Malang, terlihat memiliki beberapa karakteristik yaitu antara lain bahwa sebagian besar UKM di Kota Malang mempunyai kelemahan dalam bidang kelembagaan dimana umumnya masih bersifat *home industri* yang tidak jelas struktur organisasinya, pembagian tugasnya, serta wewenangnya. Kesemrawutan seperti inilah yang kadangkala menjadi pangkal ketidak berhasilan perusahaan kecil (UKM). Dan jika ini dibiarkan berlarut-larut akan dapat berakibat lebih parah. UKM, sebaiknya sejak awal sudah mengenal dan menerapkan prinsip keorganisasian, karena pada dasarnya, setiap organisasi betapapun kecilnya, termasuk UKM, harus menjalankan prinsip-prinsip keorganisasian. Tidak perlu rumit, cukup yang sederhana dan luwes agar mudah dilakukan penyesuaian-penyesuaian dengan keadaan yang baru. Yang penting, orang dalam organisasi harus tahu betul apa tugas, wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing (Sukei, 2006).

Uraian tersebut menyatakan bahwa sumber daya manusia perusahaan merupakan komponen yang penting bagi pengembangan kegiatan usaha. Sumber daya manusia merupakan salah satu kelemahan yang ditemukan di banyak UMKM, termasuk UMKM tempe sanan. Adanya sumber daya manusia yang berkualitas akan dapat meningkatkan pengelolaan perusahaan dengan lebih baik, mulai dari pengorganisasian perusahaan, peningkatan informasi akuntansi, peningkatan inovasi produk. Dalam hal ini pengrajin tempe di Sanan kurang memperhatikan faktor sumber daya manusia sebagai faktor yang dapat meningkatkan kegiatan usahanya. Mereka hanya menjalankan kegiatan usaha yang ada dan telah diwariskan dari orang tua secara turun temurun. Disisi lain, pemerintah juga belum turun tangan untuk membantu dan membimbing pengusaha untuk meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan ataupun kerjasama dengan universitas. Hal ini sangat disayangkan, karena prospek industri tempe dan olahannya yang dapat menjadikan solusi bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penerimaan tenaga kerja, namun kurang mendapat perhatian dari pemerintah untuk dijadikan industri tempe yang modern dan berkualitas.

3) Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

a. Jaringan usaha UMKM dari aspek internal

Dari 7 responden yang diamati menunjukkan bahwa selama ini responden memasarkan produknya, baik tempe maupun keripik tempe dan olahan buah lainnya secara sendiri, ke pasar, membuka toko di sentra Sanan dan tidak ada mitra kerja dari perusahaan yang lebih besar. Hal ini karena produksi yang dihasilkan masih relatif kecil, dan hanya untuk memenuhi kebutuhan pasar masyarakat Kota Malang. Sementara untuk produk olahan tempe dilakukan dengan cara menjual sendiri ke pasar, mendirikan toko di sentra Sanan ataupun dititipkan pada beberapa toko di sentra sanan, maupun toko-toko lainnya. Kondisi ini menunjukkan lemahnya jaringan yang dimiliki oleh pengrajin tempe Sanan, sehingga kurang mampu dalam melakukan penetrasi pasar, karena jumlah produk yang terbatas. Keadaan ini didukung oleh pernyataan Khumaelah (2011) yang menyatakan bahwa salah satu kelemahan UMKM adalah dalam hal jaringan usaha.

Produksi tempe dilakukan berdasarkan kebutuhan pasar lokal (daerah) dan beberapa berdasarkan pesanan. Hal ini didukung oleh penelitian Sukesi sebagai berikut. Volume produksi UKM di Kota Malang, sebagian besar masih tergantung pada pesanan. Tentu saja hal ini sangat besar pengaruhnya pada kemajuan usaha tersebut. Suatu usaha yang berproduksi dengan hanya mengandalkan pesanan, maka usaha tersebut tidak akan mampu berkembang dan bersaing dibandingkan dengan usaha lain. Sedangkan biaya produksi yang dibutuhkan dalam suatu produksi tergantung pada besarnya volume produksi dan besarnya pun tidak tetap tergantung pada banyak sedikitnya pesanan, bila pesanan banyak maka biaya produksi pun juga akan bertambah (Sukesi, 2006).

b. Jaringan usaha UMKM dari aspek eksternal

Dalam sentra industri tempe dan olahan tempe, Sanan, hampir seluruh penduduk menjadikan rumah sebagai toko keripik tempe, dan sebagai salah satu contoh sentra UMKM yang sampai sekarang terjaga eksistensinya. Penjual yang saling berdekatan dan bersebelahan, akan tetapi para pedagang di daerah Sanan tersebut masih bisa mempertahankan perkembangan usahanya. Hal ini menunjukkan adanya pasar persaingan yang sempurna. Menurut Sukirno (2002:227) pasar persaingan sempurna merupakan pasar yang paling ideal, karena sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar. Ciri-ciri selengkapnya dari pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut:

- 1) Perusahaan adalah pengambil harga (*price taker*)
- 2) Setiap perusahaan mudah keluar atau masuk
- 3) Menghasilkan barang serupa (homogen)
- 4) Terdapat banyak perusahaan di pasar
- 5) Pembeli mempunyai pengetahuan sempurna mengenai pasar.

Jaringan usaha UMKM tempe di Sanan ditinjau dari aspek eksternal menunjukkan bahwa iklim usaha industri tempe yang berkembang pesat, juga meningkatkan persaingan antar pengrajin tempe dan olahan tempe (keripik tempe). Salah satu bentuk persaingan yang

dirasakan adalah persaingan harga produk antar pengrajin tempe dan keripik tempe. Hal ini dikemukakan oleh sebagian besar pengrajin tempe yang diobservasi.

c. Jenis Usaha

Jenis usaha yang ada di UMKM tempe Sanan adalah tempe beserta olahan tempe (keripik tempe) dengan berbagai rasa dan keripik buah berbagai variasi. Beberapa pengrajin ada yang menghasilkan produk tahu. Selama ini bahan baku tempe dan tahu berupa kedelai tidak sulit diperoleh, atau selalu tersedia. Bahan baku kedelai yang digunakan berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Namun banyak yang menggunakan bahan baku kedelai impor, karena lebih murah. Hal ini seperti dikemukakan sebagai berikut. Bahan baku kedelai yang digunakan berasal dari impor. Hal ini karena harga kedelai impor lebih murah (Bapak Chasmadi). Hal serupa dikemukakan oleh Bapak Ridwan Kedelai yang digunakan berasal dari luar negeri, karena lebih murah dibandingkan kedelai lokal (Bapak Ridwan).

d. Analisis Pendapatan

Ditinjau dari banyaknya kelompok kegiatan usaha yang ada di sentra tempe sanan, sebagian besar tergolong usaha mikro (UMI), dan usaha kecil (UK). Sehingga dapat dikatakan bahwa kegiatan usaha ini merupakan kegiatan yang bersifat lokal dan telah dilakukan sebagian masyarakat secara turun temurun. Oleh karenanya UMKM industri tempe sentra sanan memiliki peran krusial di dalam penyerapan tenaga kerja. UMKM sangat padat karya sehingga potensi pertumbuhan kesempatan kerja sangat besar terutama bagi masyarakat miskin.

Kegiatan UMKM industri tempe sentra Sanan, menggunakan bahan baku utama kedelai, sehingga UMKM ini berbasis pertanian, dan dapat mendukung pembangunan dan pertumbuhan produksi di sektor pertanian, khususnya kedelai. Sebagian besar UMKM belum menggunakan teknologi modern, dan mengandalkan tenaga manusia. Namun UMKM industri tempe sentra Sanan mampu bertahan pada masa krisis dan memiliki fungsi sebagai basis bagi perkembangan usaha yang lebih besar, yang ditunjukkan dengan adanya pengembangan dan inovasi produk olahan tempe, serta inovasi pemasaran ke luar negeri melalui pengalengan tempe (pengalengan dilakukan di Surabaya), untuk tujuan ekspor. Ditinjau dari pasar utama industri tempe sentra Sanan adalah penghasil barang-barang konsumsi dengan harga relative murah dan dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat.

SWOT merupakan singkatan dari *Strength, Weakness, Opportunity and Threat* yaitu suatu analisis yang digunakan untuk menganalisis lingkungan yang mengandung peluang dan ancaman serta mencari kekuatan ataupun kelemahan yang ada. Analisis SWOT dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

a. Identifikasi Strength (Kekuatan)

Beberapa kelebihan UMKM tempe Sanan adalah:

- 1) Tempe memiliki nilai gizi yang tinggi. Hal ini seperti yang diungkapkan sebagai berikut. Bukan hanya lezat, dengan dicampurnya tepung tempe yang dicampur makanan lain, nilai gizi makanan itu akan meningkat, kata Putut Irwan Pudjiono, Kepala Unit Pengelola Teknis Balai Pengembangan Proses dan Teknologi Kimia LIPI. Selain murah, sekerat tempe mengandung komposisi gizi yang komplit: ada protein, lemak, karbohidrat, serat, abu, kalsium, fosfor; dan besi dalam kadar relatif tinggi (Yulia, 2010).
- 2) Sebagian besar penduduk Sanan bekerja sebagai pengrajin tempe dan produk olahan dari tempe (keripik tempe) dan keripik buah (Listra, 2012).
- 3) Tempe dan Keripik tempe merupakan makanan khas Kota Malang. Keripik buah memang jajanan khas asal Kota Malang dan Sanan merupakan salah satu Icon Kota Malang. (Kolis, 2012).
- 4) Banyaknya inovasi produk olahan tempe yang dapat dikembangkan, seperti bronis tempe, es cream berbahan dasar tempe, keripik tempe dengan berbagai rasa (Yulia, 2013).
- 5) Harga keripik tempe di wilayah Jl. Sanan Malang lebih murah bila dibandingkan dengan harga keripik tempe di lokasi lain di kota Malang. Harga keripik tempe perkilo

di sanan antara Rp. 23.000 sampai Rp.27.000 ribu rupiah, kalau di tempat lain bisa mencapai Rp. 60.000 (Kolis, 2011).

- 6) Keripik tempe produksi Sanan memiliki kelebihan (a) Tanpa menggunakan bahan pengawet, (b) Bentuk keripik dibuat tipis sehingga terasa renyah, (c) tidak menggunakan minyak goreng curah, (d) tidak mudah tengik, (e) dikemas dengan baik dan higienis, (e) banyak tersedia berbagai rasa (Sugianto, 2013)
- 7) Sebagian besar UMKM tempe sanan menggunakan modal sendiri, sehingga mengurangi ketergantungan dari pihak lain, dalam menjalankan kegiatan usahanya.
- 8) Limbah tempe baik berupa kulit kedelai dan air cucian kedelai dapat dimanfaatkan untuk makanan dan minuman ternak (Johny, 2013)
- 9) Adanya koperasi Primkopti Bangkit Usaha sebagai wadah bagi pengrajin tempe dan olahan tempe di Sanan.

b. Identifikasi *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan UMKM Sanan yang ditemui antara lain adalah:

- 1) Kurangnya pengetahuan SDM terutama dalam hal pembukuan. Kurangnya bahkan sebagian besar tidak memiliki kemampuan dalam hal pembukuan, sehingga pengrajin tidak bisa menghitung dengan tepat berapa pemasukan dan pembiayaannya (Malang Pos, 2012).
- 2) Hanya sebagian saja dari pengrajin sanan yang telah menerima pembinaan dari pemerintah, seperti pembinaan kebersihan dari Depkes, seminar keripik tempe.
- 3) Kurangnya jaringan pemasaran, sehingga kurang mampu dalam melakukan penetrasi pasar, karena jumlah produk yang terbatas. Keadaan ini didukung oleh pernyataan sebagai berikut.
Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, ditambah lagi produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik (Khumaelah, 2011).
- 4) Harga kedelai koperasi lebih tinggi dari harga kedelai Toko lain. Hal ini akan mengurangi kemampuan pengrajin dalam memperoleh keuntungan.

c. Identifikasi *Opportunity* (Peluang)

Peluang usaha UMKM tempe Sanan antara lain adalah:

- 1) Perkembangan teknologi industri, seperti adanya mesin pengupas kedelai (Kolis, 2013) akan dapat meningkatkan efisiensi produksi.
- 2) Meningkatnya wisatawan dari Luar kota ke Kota Malang atau Batu, karena banyaknya lokasi wisata di Kota Batu, turut serta meningkatkan penjualan keripik tempe dan UMKM Sanan sebagai sentra oleh-oleh Khas Malang.
- 3) Iklim usaha berkembang pesat, apalagi setelah ditetapkannya sentra sanan sebagai salah satu ikon Kota Malang. Hal ini membuka peluang bagi berdirinya usaha-usaha bagi pengrajin tempe, ataupun keripik tempe.

d. Identifikasi *Threat* (Ancaman)

- 1) Sebagian besar menggunakan bahan baku kedelai dari impor, karena harganya lebih murah. Hal ini bisa menjadikan kelangkaan bahan baku, jika terjadi permasalahan dengan impor kedelai.
- 2) Harga kedelai lokal lebih tinggi dibandingkan kedelai impor.
- 3) Banyaknya produsen keripik tempe mengakibatkan persaingan harga (Kolis, 2011)

Berdasarkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut, selanjutnya disusun Matrik TOWS untuk mencari solusi penyelesaian atas hambatan yang dihadapi UMK. Dalam matrik ini akan dikembangkan empat tipe strategi yaitu:

a. Strategi SO (Kekuatan-Peluang)

Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang adalah menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

- b. Strategi WO (Kelemahan-Peluang)
Bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- c. Strategi ST (Kekuatan-Ancaman)
Merupakan strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
- d. Strategi WT (Kelemahan-Ancaman)
Merupakan taktik defentif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada UMKM Tempe Sanan di Kota Malang, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Karakteristik UMKM pada sentra industri tempe Sanan berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 mengenai kriteria UMKM sebagian besar tergolong usaha mikro (UM) dan usaha kecil (UK). Sehingga dapat dikatakan bahwa kegiatan usaha ini merupakan kegiatan yang bersifat lokal. Berdasarkan sektor ekonomi terdapat 322 industri tempe, 65 industri keripik tempe dan 4 industri tahu.
2. Sebaran UMKM pada sentra industri tempe Sanan paling banyak terdapat pada wilayah RW 16 dan RW 15. Sebaran UMKM terkonsentrasi pada kegiatan pembuatan tempe dan keripik tempe.
3. Potensi UMKM pada sentra industri tempe Sanan dapat dilihat pada aspek berbagai aspek usaha, diantaranya:
 - a. aspek permodalan UMKM sentra industri tempe Sanan sebagian besar berasal dari modal sendiri dan sebagian besar mengalami peningkatan dalam modal, sehingga berpotensi untuk berkembang dengan menambahkan modal yang berasal dari sumber lain, seperti kredit perbankan.
 - b. aspek tenaga kerja, UMKM sentra industri tempe Sanan memiliki peran krusial di dalam penyerapan tenaga kerja. UMKM sangat padat karya sehingga potensi pertumbuhan kesempatan kerja sangat besar terutama bagi masyarakat miskin.
 - c. aspek produksi, sebagian besar UMKM menggunakan bahan baku kedelai, sehingga UMKM ini berbasis pertanian, dan dapat mendukung pembangunan dan pertumbuhan produksi di sektor pertanian, khususnya kedelai, serta sebagian besar UMKM belum menggunakan teknologi modern, dan mengandalkan tenaga manusia.
4. Pasar utama industri tempe sentra Sanan adalah penghasil barang-barang konsumsi dengan harga relatif murah dan dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat.
5. Kendala yang dihadapi UMKM sentra industri tempe Sanan untuk berkembang, diantaranya:
 - a. Keterbatasan permodalan, karena menggunakan modal sendiri, dan tidak mau menggunakan modal pinjaman bank karena sulitnya syarat birokrasi dan administratif. Sebagian besar UMKM merasa bahwa modal yang dibutuhkan cepat kembali, dalam hitungan hari, sehingga mereka merasa cukup untuk memenuhi kebutuhannya. Namun dengan kondisi tersebut mereka tidak dapat mengembangkan kegiatan usahanya menjadi lebih besar lagi, karena keterbatasan modal yang dimilikinya.
 - b. Keterbatasan SDM, karena menggunakan SDM dari keluarga. Keterbatasan SDM terutama dalam hal kemampuan SDM dalam pengelolaan organisasi dan pembukuan. Keterbatasan SDM berpengaruh dalam sistem manajemen perusahaan, yang menjadi lemah, terutama dalam hal akuntansi dan pemasaran produk.
 - c. Dari aspek eksternal, kelemahan jaringan usaha dan penetrasi pasar ditunjukkan dengan harga kedelai koperasi yang tinggi dibandingkan toko lain. Hal ini menjadikan biaya produksi lebih mahal dan mengurangi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.
 - d. Tidak adanya mitra usaha yang dapat membantu dalam pemasaran produk ke luar kota atau luar negeri. Mitra usaha dapat membantu UMKM untuk memperluas pangsa pasar, karena jaringan yang lebih luas, sehingga kegiatan usaha dapat berkembang.

- e. Sarana dan prasarana yang digunakan masih sederhana, dan kurangnya sosialisasi dan penyuluhan pemerintah terkait dengan kemajuan teknologi ke semua pengrajin. Kondisi ini dapat menghalangi produktivitas industri tempe dan olahannya.
- f. Kurangnya pembinaan dari instansi terkait secara berkala ke semua pengrajin tempe di Sanan terkait dengan kualitas produk, dan pengembangan SDM untuk dapat meningkatkan inovasi produk. Sehingga UMKM kurang inovatif dalam mengembangkan pengelolaan tempe.

Saran

Mengingat UMKM tempe Sanan merupakan salah satu ikon Kota Malang, yang dapat meningkatkan pendapatan daerah, maka diharapkan pemerintah dapat melakukan pembinaan-pembinaan terkait dengan permasalahan yang dihadapi UMKM tempe Sanan sebagai berikut.

1. Untuk meningkatkan permodalan pengrajin tempe, maka pemberian modal kredit dari pemerintah diharapkan tidak memberatkan bagi pengusaha UMKM dan tidak memberikan syarat-syarat yang rumit. Jika syarat kredit yang diberikan memberatkan UMKM, maka pengusaha UMKM tidak akan mau menggunakan bantuan modal tersebut.
2. Pemerintah hendaknya melakukan pembinaan kepada semua UMKM tempe Sanan secara bertahap dan bergantian, terutama dalam bidang SDM. Pembinaan SDM diprioritaskan untuk pelatihan dalam hal pembukuan dan organisasi. Hal ini untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan UMKM tempe Sanan. Pembinaan dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan koperasi Primkopti Bangkit Usaha, yang merupakan wadah wadah bagi para pengrajin, baik pengrajin tempe maupun pengrajin keripik tempe Sanan.
3. Pemerintah harus berperan aktif dalam memberikan informasi yang terkait dengan perkembangan teknologi, akses teknologi dan pakar kepada pengrajin tempe Sanan, agar pengrajin dapat mengadopsi perkembangan teknologi untuk meningkatkan produktivitas kerja.
4. Perlunya dibentuk mitra usaha untuk meningkatkan jaringan pemasaran dan distribusi produk dari UMKM tempe sanan untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran.
5. Pemerintah dan dinas terkait perlu menyediakan pasokan kedelai yang cukup terutama kedelai dari lokal untuk menjaga pemenuhan bahan baku dari lokal dan menjaga kestabilan harga bahan baku.
6. Berdasarkan analisis SWOT, maka strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan UMKM industri tempe setra Sanan adalah:
 - a) Perlunya pembinaan pemerintah dan instansi terkait untuk mengenalkan teknologi bagi pengembangan dan peningkatan produktivitas serta kualitas UMKM tempe Sanan, dan meningkatkan inovasi produk olahan tempe, selain kripik tempe, seperti roti berbahan tempe.
 - b) Perlunya memaksimalkan fungsi koperasi untuk meningkatkan jaringan usaha tempe dan produk olahan tempe Sanan.
 - c) Pemanfaatan limbah untuk meningkatkan nilai tambah bagi pengrajin tempe.
 - d) Perlunya pemerintah melakukan pelatihan bagi SDM UMKM Sanan secara rutin dan merata secara bergantian, terutama dalam hal pembukuan dan pemasaran.
 - e) Perlunya dibentuk mitra usaha untuk meningkatkan jaringan pemasaran.
 - f) Pemerintah melalui Dinas Pertanian perlu meningkatkan kualitas dan produktivitas kedelai lokal, untuk mencukupi kebutuhan kedelai bagi pengrajin tempe, serta menjaga harga kedelai lokal agar bersaing dengan harga kedelai impor.
 - g) Pemerintah harus mampu menjamin ketersediaan bahan baku kedelai agar kegiatan produksi tempe dapat terus berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Faisal. 2004. *Manajemen Perbankan. Teknik Analisis Kinerja Keuangan Bank*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. UMM. Malang.
- Bank Indonesia. 2011. *Kajian Akademik Pemeringkat Kredit Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia*. Lembaga Pemeringkat Kredit bagi UMKM di Indonesia. Jakarta.

- BPPT.2011. Panduan Pembentukan PI-UMKM. Badan Pengkajian Dan Penerapan Teknologi. Jakarta.
- Darsono dan Ashari. 2009. *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Andi Offset. Jakarta.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2002. *Globalisasi, Krisis Ekonomi Dan Kebangkitan Ekonomi Kerakyatan*. PT. Pustaka Quantum. Jakarta.
- Hasibuan, Malayu. 2008. *Dasar-Dasar Perbankan*. Cetakan Ketujuh. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Indonesia Banking Statistics. 2008. *Data Kredit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. www.bi.go.id. Diakses 5 Nopember 2012.
- Kasmir. 2002. *Dasar-Dasar Perbankan*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Rahardja, Prathama dan Mandala Manurung. 2010. *Teori Ekonomi Mikro, Suatu Pengantar*. Edisi Keempat. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang No 7/1992 Tentang Perbankan*. Jakarta.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang No10/1998 Tentang Perubahan Undang- Undang No 7 /1992 tentang Perbankan*. Jakarta.
- Republik Indonesia. *UU.No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah*. Jakarta.
- Rosid Abdul. 2012. *Manajemen Usaha Kecil Menenga Dan Koperasi*. Pusat Pengembangan Bahan Ajar-UMB. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Sagir, Soeharsono. 2009. *Kapital Selekt Ekonomi Indonesia*. Kencana. Jakarta.
- Siagian, Sondang. 2004. *Manajemen Strategik*. Cetakan Kelima, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sriyana, Jaka.2010. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Studi Kasus di Kabupaten Bantul. Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif. Hal 79-103.
- Surnyani. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Pusat Pengembangan Bahan Ajar Universitas Mercu Buana (UMB). www.google.co.id/pendapatan. Diakses 13 Desember 2012.
- Susilo, Setyo, Musa Hubeis dan Budi Purwanto. 2012. Pengaruh Karakteristik dan Perilaku UKM serta Sistem Pembiayaan Terhadap Penyaluran Pembiayaan BNI Syariah. Jurnal Manajemen IKM, Februari 2012 (1-9) Vol 7 No.1 ISSN 2085-8418. www.journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi.
- Sutrino, Joko dan Sri Lestari. 2006. Kajian Usaha Mikro Indonesia. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM No 2 Tahun I-2006*. Hasil Kajian Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK bekerjasama dengan Gunadarma Megah Business and Management Consultant Tahun 2004.Jakarta.
- Su trisno, Joki dan Sri Lestari. 2006. Hasil Kajian Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK Bekerjasama Dengan Gunatama Megah Business and Management Consultant Tahun 2004. Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM No 2 Tahun I. Hal 13-25.
- Syarif, Teuku. 2007. Proporsi Penyaluran Dana Perbankan Untuk UMKM. Jurnal Infokop. Vol 15 No.2. Desember 2007. Hal 1-14. Deputi bidang kajian Sumberdaya UMKM. Jakarta.
- Tambunan, Tulus T.H. 2009. *UMKM Di Indonesia*. Ghalia Indonesia. Bogor.

- Tambunan, Tulus. 2003. *Perekonomian Indonesia*. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Trenggana, Hendry Meilano, Masodah dan Edi minaji Pribadi. 2010. *Analisis Potensi dan Hambatan yang Dihadapi UMKM Dalam Mengembangkan Usaha Dengan Menggunakan Alat Bantu Sistem Informasi Geografis (SIG): Studi Kasus Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok*. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen. Universitas Gunadarma. Jakarta.
- Umar, Husein. 2008. *Strategic Management In Action, Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David dan Wheelen Hunger*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Umar, Husein. 2009. *Strategic Manajement in Action*. Cetakan keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- World Bank. 2011. Ringkasan Eksekutif Analisa Pengeluaran Publik Jawa Timur 2011.
- Zuriah, Nurul. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan. Teori-Aplikasi*. Cetakan kedua. PT. Bumi Aksara. Jakarta.