

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi yang terjadi saat ini sangat berpotensi dalam melakukan peluang bisnis bagi Negara-negara di dunia untuk saling bersaing melakukan aktivitas berwirausaha khususnya perdagangan, atau biasa disebut dengan perdagangan bebas. Hal ini terasa semakin membuat penekanan terhadap para pelaku usaha atau wirausaha lokal khususnya di Indonesia yang pada umumnya belum mampu mengungguli persaingan dengan perusahaan-perusahaan multinsional. Bagian dari usaha penggerak perekonomian di Indonesia yang salah satu kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja di Indonesia yaitu Usaha Kecil Menengah (UKM), dan UKM adalah salah satu pelaku usaha yang juga merasakan dampak dari globalisasi yang terjadi saat ini.

Perusahaan-perusahaan besar di Indonesia yang tentunya memiliki kelebihan-kelebihan dibandingkan dengan UKM, kelebihan tersebut dapat dilihat dari segi jaringan, teknologi, sistem manajemen dan sebagainya, hal tersebut menjadi tantangan yang serius bagi pelaku usaha UKM di Indonesia. Oleh sebab itu hal tersebut menuntut UKM untuk mampu menghadapi persaingan dalam berbagai aspek agar tetap eksis dan bertahan di pasar. Dengan semakin bertambahnya pengetahuan konsumen pada kualitas barang atau jasa yang di inginkan, maka menjadikan suatu semangat tersendiri bagi para pelaku usaha

UKM untuk bersaing tentunya dalam menghasilkan produk maupun jasa yang berkualitas.

Kuwayama (2001) menyatakan bahwa UKM merupakan kumpulan perusahaan, yang heterogen dalam ukuran dan sifat, dimana apabila dipergunakan secara bersama, akan mempunyai partisipasi langsung dan tidak langsung yang signifikan dalam produksi nasional, penyerapan tenaga kerja dan penciptaan lapangan kerja. Perusahaan dikelompokkan ke dalam UKM dilihat dari : (1) jumlah karyawan, (2) total asset, (3) tingkat investasi dan penjualan serta (4) kapasitas produksi (Kuwayama,2001) dan (Ayyagari et.al, 2003). Menurut Kuwayama (2001) secara umum yang sering disebut Usaha Kecil Menengah yaitu karyawan yang dimiliki perusahaan, yakni kurang dari 500 orang. Menurut BPS suatu industri besar merupakan suatu industri yang paling sedikit mempekerjakan 100 orang, industri skala menengah merupakan suatu industri dalam melakukan proses produksinya mempekerjakan 20-99 orang, industri skala kecil merupakan suatu industri dalam melakukan proses produksinya mempekerjakan 5-19 orang.

Definisi UKM yang didasarkan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 sebagai berikut :

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yaitu :
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (Lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (Tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh 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 yaitu :
- 1) Memiliki kekayaan bersih >Rp. 50.000.000,00 (Lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima Ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau suatu kegiatan usaha yang memiliki nilai investasi sampai dengan Rp. 200.000.000,00 (Dua ratus juta rupiah) dan tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil dari penjualan tahunan sebesar >Rp. 300.000.000,00 (Tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak sebesar Rp. 2.500.000.000,00 (Dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah merupakan usaha yang produktif pada perekonomian yang usahanya berdiri sendiri, usaha tersebut dilakukan oleh perorangan atau instansi yang tidak termasuk anak perusahaan maupun cabang perusahaan yang dimiliki atau telah menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar yang memenuhi kriteria yaitu :

- 1) Mempunyai hasil kekayaan bersih > Rp. 500.000.000,00 (Lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak sebesar Rp. 10.000.000.000,00 (Sepuluh milyar rupiah) hal tersebut tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan sebesar > Rp. 2.500.000.000,00 (Dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp. 50.000.000.000,00 (Lima puluh milyar rupiah).

Asian Development Bank (ADB) menjelaskan bahwa Usaha Kecil Menengah dapat diartikan sebagai unit yang memiliki tenaga kerja kecil dengan aset yang terbatas, penyumbang sebanyak 98% kegiatan bisnis dan menyediakan 66% lapangan kerja dikawasan Asia. Namun, Usaha Kecil Menengah hanya menyumbang 38% Produk Domestik Bruto (PDB) di regional Asia, yang berarti ada potensi besar yang dapat dimanfaatkan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lebih tinggi melalui sektor Usaha Kecil Menengah.

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil serta Menengah (Kemenkop dan UKM) mencatat data, bahwa saat ini ada 39% atau 53,8 juta pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di seluruh Indonesia, sebanyak 21 juta adalah UMKM yang dikelola oleh kaum perempuan, terbukti telah meningkat 42% dibanding pada periode 10 tahun lalu.

Pada periode 1990-1996 pertumbuhan industri manufaktur di Indonesia lebih besar dari pada pertumbuhan ekonominya. Pertumbuhan PDB Indonesia selama periode tersebut adalah 16.26%, untuk pertumbuhan Nilai Tambah Bruto (NTB) industri manufaktur selama periode yang sama adalah sebesar 21,08%

(Assuari. S, 2002). Besarnya pertumbuhan Industri manufaktur tidak di imbangi dengan nilai tambah yang diperoleh dibandingkan dengan jenis industri yang lain dan kalahnya daya saing UKM manufaktur di Indonesia dibandingkan mitra UKM di negara Asia seperti Taiwan, China, Thailand, dan Singapura. Kinerja UKM manufaktur Indonesia masih sangat lemah dibandingkan negara lain, bahkan UKM di Vietnam yang baru memulai pembangunan ekonominya sejak awal tahun 1980-an masih lebih unggul dibandingkan UKM yang berada di Indonesia.

Keragaman yang dimiliki DIY menjadikan daya tarik untuk wisatawan lokal maupun internasional, situasi ini dapat mendukung pertumbuhan UKM yang ada. Telah diketahui juga bahwa di DIY terkenal dengan berbagai macam kuliner, *souvenir* maupun barang- barang unik lainnya, sehingga sudah tidak asing lagi ketika usaha mikro kecil menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang ada saat ini sudah begitu banyak, yaitu: mulai dari usaha kuliner, usaha non-kuliner, maupun usaha jasa. Keadaan globalisasi yang terjadi saat ini mendorong para wirausaha untuk saling bersaing dalam perdagangannya baik usaha kecil menengah ataupun yang sudah memiliki lisensi usaha besar, contohnya telah memiliki pabrik atau perusahaan. Oleh sebab itu para wirausaha di DIY harus mampu bersaing dalam segala aspek, seperti: jenis produk, kualitas produk, dan kualitas layanan. Semua itu penting di perhatikan untuk mempertahankan posisi usahanya di pasar, dan menjaga nama baik perusahaan di pandangan konsumen.

Berdasarkan keanggotaannya di koperasi ditunjukkan oleh tabel berikut:

Tabel 1. 1Keanggotaan UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

No	Bidang Urusan	Sub Elemen	Tahun					Satuan
			2013	2014	2015	2016	2017	
1	Koperasi dan UKM	Usaha Mikro	111.912,00	73.647,00	125.863,00	130.525,00	133136.00 *	Unit
2	Koperasi dan UKM	Usaha Kecil	51.459,00	39.556,00	57.412,00	59.655,00	64053.00 *	Unit
3	Koperasi dan UKM	Usaha Menengah	31.121,00	23.641,00	34.737,00	36.031,00	40237.00 *	Unit
4	Koperasi dan UKM	Usaha Besar	10.718,00	0,00	11.962,00	12.408,00	15245.00 *	Unit
Tetap *) Sementara Sangat Sementara n/a Tidak ada								

Sumber : Bidang Koperasi dan UKM, Dinas Perindagkop DIY, 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas jumlah keseluruhan UKM di DIY dari tahun ke tahun meningkat, terlihat dari data yang direkap oleh Disperindagkop mulai dari tahun 2013-2017. Realita yang sama dijumpai juga di DIY, seperti terlihat pada data pelaku UKM di DIY, yang dikeluarkan oleh Bidang Koperasi dan UKM , Disperindagkop Pemda DIY sampai dengan 31 Desember 2017 juga didominasi oleh wanita. Berdasarkan keanggotaannya di koperasi ditunjukkan oleh tabel berikut:

Tabel 1. 2 Keanggotaan UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

No	Kota	Jenis Usaha	Tahun							
			2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	Jogja	Aneka Usaha	680	694	701	712	739	750	771	793
2	Sleman	Aneka Usaha	546	560	567	579	609	621	635	657
3	Bantul	Aneka Usaha	942	956	963	974	993	1073	1120	1142
4	Gunung Kidul	Aneka Usaha	730	744	751	760	791	802	815	824
5	Kulon Progo	Aneka Usaha	309	323	330	339	368	383	401	438
TOTAL			3207	3277	3312	3364	3500	3629	3742	3854

*) Data sampai dengan 31 Desember 2017

Sumber : Bidang Koperasi dan UKM, Dinas Perindagkop DIY, 2018

Dari tabel 1.2 diatas diketahui bahwa UKM yang menjadi anggota koperasi sampai dengan akhir Desember 2017 hanya 3854 unit usaha dari 16.660 unit usaha atau sekitar 23 %. Terbanyak ada di Kabupaten Bantul dan terkecil ada di wilayah Kabupaten Kulon Progo. UKM Kabupaten Bantul merupakan UKM terbanyak di provinsi DIY. Ada sekitar 44.778 UKM yang tersebar di Kabupaten Bantul, 16.000 diantaranya bergerak di bidang industri (Disperindagkop, 2017). Banyaknya UKM yang ada di Kabupaten Bantul membuat pemerintah Kabupaten Bantul berupaya keras memberdayakan semua UKM agar dapat mampu berkembang dan bersaing. Namun luas wilayah Kabupaten Bantul dan banyaknya UKM berimbas pada kurang efektifnya pelayanan dan belum sepenuhnya merata hingga daerah terpencil.

Semakin pesatnya pertumbuhan UKM di DIY menumbuhkan daya saing antar pelaku bisnis UKM dalam mempertahankan usahanya. Salah satu potensi daerah UKM yang besar yaitu berada di Kabupaten Bantul, di daerah ini sentra industri kecil maupun menengah menjadi kelebihan dan andalan karena selain merambah pasar domestik dengan sukses melainkan juga merambah sampai ke pasar internasional. UKM yang pertumbuhannya sangat pesat yaitu UKM yang berbasis kerajinan gerabah yang berada di Desa Kasongan dan kerajinan kulit yang berada di Desa Manding dapat menembus pasar internasional. Dengan persaingan industri yang sangat pesat menuntut para pelaku usaha untuk selalu menggunakan menggunakan strategi bersaing yang relevan dan sesuai dengan kondisi lingkungannya agar dapat mempertahankan keunggulan bersaing yang berkesinambungan terhadap perusahaan sejenis.

Menurut Kotler dan Keller (2007) segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsusmi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau semua kebutuhan. Suatu barang atau jasa yang berkualitas baik tentunya akan lebih menarik bagi para pelanggan, dan akhirnya akan dapat menambah volume dari penjualan perusahaan (Prawirosentono, 2007). Tindakan atau cara yang bisa dilaksanakan dalam menghasilkan produk yang bermutu adalah dengan cara mengimplemtasikan manajemen kualitas pada setiap kegiatan dalam organisasi, baik itu untuk perusahaan kecil maupun perusahaan yang besar. Tampubolon (2004) menyatakan bahwa tujuan dari manajemen kualitas adalah untuk membangun keberhasilan melalui pembedaan produk dan jasa (inovatif), biaya yang rendah

(efisien), dan merespon selera pasar dan konsumen. Dengan tujuan yang jelas tidak menutup kemungkinan usaha yang dilakukan akan berjalan dengan baik dan hasil (produk) perusahaan akan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju. Dan bagi para wirausaha UKM harus benar-benar siap mengenai tindakan-tindakan apa yang harus dilakukan untuk mempertahankan konsumen yang loyal terhadap produk mereka, dan bagaimana usaha mereka tetap bertahan di pasar.

Tantangan atau ancaman terhadap manajemen bagi suatu organisasi dapat diklasifikasikan menjadi dua hal, yakni : tantangan internal dan tantangan eksternal. Tantangan internal adalah suatu kendala yang timbul dari dalam organisasi itu sendiri, biasanya budaya yang ada di dalam organisasi yang menimbulkan situasi kurang kondusif bagi manajemen untuk melakukan perbaikan dalam kinerjanya. Tantangan eksternal organisasi adalah suatu *impuls* dari luar organisasi yang menggugah manajemen untuk mengadakan perbaikan dalam kinerjanya (Hardjosoedarmo, 1996). Adapun cara dalam menghadapi kendala-kendala diatas adalah suatu perusahaan atau organisasi diharapkan mampu untuk menciptakan produk yang bermutu sehingga dapat memberikan kepuasan dan loyalitas bagi pelanggannya (Feigeinbaum dalam Susteyo, dkk, 2011). Dari kualitas itu sendiri merupakan keseluruhan karakteristik dari suatu *output* yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumennya, sehingga organisasi harus menerapkan kualitas pada setiap proses usahanya agar hasil yang diperoleh optimal dan sesuai dengan keinginan pasar.

Perkembangan dalam kinerja UKM dapat diidentifikasi dari tiga hal yakni segi kinerja operasional, kinerja finansial, dan kinerja non-finansialnya. Dalam

perkembangan kinerja operasional dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu perbaikan kualitas produk, produktivitas, peningkatan fleksibilitas, dan pengurangan produk cacat. Dalam perkembangan kinerja finansial dapat dilihat dari peningkatan pendapatan, peningkatan laba bersih dan rasio laba terhadap pendapatan. Dan pada perkembangan kinerja non finansial dapat dilihat dari investasi dalam R&D, Kemampuan Usaha dalam mengembangkan profil persaingan, pengembangan dalam produk baru, orientasi pasar serta pengembangan pasar.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor strategik berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada Usaha Kecil Menengah?
2. Apakah faktor taktis berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada Usaha Kecil Menengah?
3. Apakah faktor operasional berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada Usaha Kecil Menengah?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis mengenai pengaruh faktor strategik terhadap kinerja organisasi UKM di Kabupaten Bantul.

2. Menganalisis mengenai pengaruh faktor taktis terhadap kinerja organisasi UKM di Kabupaten Bantul.
3. Menganalisis mengenai pengaruh faktor operasional terhadap kinerja organisasi UKM di Kabupaten Bantul.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut,

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan khususnya mengenai pengaruh dari beberapa faktor manajemen kualitas terhadap kinerja organisasi pada Usaha Kecil Menengah (UKM).
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi penulis
 - 1) Menambah wawasan penulis mengenai pengaruh dari faktor-faktor manajemen kualitas terhadap kinerja organisasi pada Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Bantul.
 - b. Bagi Ilmu Pengetahuan
 - 1) Sebagai bahan referensi dalam ilmu pendidikan sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan.
 - 2) Menambah khazanah keilmuan tentang nilai-nilai pendidikan yang terdapat pada pengaruh faktor-faktor manajemen

kualitas terhadap kinerja organisasi pada Usaha Kecil
Menengah

c. Bagi Peneliti berikutnya

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan
lebih lanjut, serta referensi terhadap penelitian yang sejenis.