

Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah  
(UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas

Wiwiek Rabiatal Adawiyah  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Jenderal Soedirman  
[wiwiekra@gmail.com](mailto:wiwiekra@gmail.com)

ABSTRACT

*This study is entitled Factors constraining SMEs' growth in Banyumas. The purpose of the study is to investigate the factors that hinder the growth of small business in Banyumas Regency Indonesia. A survey method was used to gather data from 771 small business owners and managers located in Banyumas Regency Central Java Indonesia. Descriptive statistics was used to identify the factors constraining the growth of SMEs in Banyumas Regency Indonesia. The result of the study revealed that the most common constraints hindering SMEs' growth are financial support, weak human resources, and limited market access among the internal factors while the external consist of Business climate, infrastructure and autonomy. Understanding the factors hindering SMEs' growth in Banyumas Regency will help policy makers such as government, private sectors, to design targeted policies and programs that will actively stimulate innovation, as well a helping those policy makers to support, encourage and promote SMEs' for poverty alleviation in Banyumas. For SMEs, this study offers alternative models to counteract the problem of collateral and lending issues. Strategic alternatives on how to address issues such as poor management, poor infrastructure, and corruption are discussed*

Keywords: constraining factors, Small Business, Growth, Banyumas

## I. PENDAHULUAN

Sektor UMKM mempunyai peran yang sangat strategis bagi pertumbuhan Ekonomi di Indonesia (Hafsah, 2004). Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2009 jumlah populasi UMKM telah mencapai 48,9 juta unit usaha. Sementara itu, jumlah tenaga kerjanya mencapai 91,8 juta orang (BPS, 2009). Bahkan, berdasarkan survei HSBC pada 2009 lalu, di tengah krisis finansial, sektor UMKM justru mencatat pertumbuhan yang baik. Dalam survei tersebut dinyatakan bahwa indeks kepercayaan UMKM di Indonesia masih di atas rata-rata. Indeks kepercayaan sektor ini masih berada di angka 101 poin atau satu tingkat di atas indeks netral sebesar 100 poin. Hal ini membuat UMKM menjadi level usaha yang paling banyak mendominasi dunia usaha di Indonesia, dan semakin mengukuhkan kekuatannya terhadap krisis.

Di balik kontribusi UMKM yang cukup baik terhadap perekonomian nasional, ternyata sektor ini masih menyimpan segudang permasalahan yang sangat mendasar. UMKM, masih lemah dalam kemampuan manajemen usaha, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas, serta lemahnya akses ke lembaga keuangan, khususnya perbankan (Adiningsih, 2001). Pernyataan ini mendukung penelitian terdahulu oleh Urata (2000) yang mengatakan bahwa di antara permasalahan pokok yang dihadapi oleh UMKM adalah banyaknya UMKM yang belum *bankable*, baik disebabkan oleh belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia (seperti Hafsah, 2004; Mansur dan Sulistio, 2010; Winarni, 2006). Hasil penelitian Syarif (2008) menyimpulkan bahwa terbatasnya kemampuan UMKM dalam mengakses informasi untuk mempromosikan produk UMKM. Sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan usaha kecil perlu dipelajari karakteristik serta permasalahan yang dihadapi oleh UMKM (Winarni, 2006)

Dengan latar belakang tersebut maka perlu dilakukan suatu kajian yang mendalam dan berkelanjutan yang menganalisis akar permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Banyumas dalam pengembangan usaha.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Dari berbagai kajian dan upaya-upaya pembinaan usaha ekonomi rakyat di Indonesia, permasalahan yang seringkali dihadapi antara lain meliputi: akses pasar, pembiayaan usaha, rendahnya kemampuan teknik produksi dan kontrol kualitas, manajemen secara umum. Shujiro Urata (2000) yang melakukan penelitian pada UKM di tujuh kota besar di Indonesia termasuk Surabaya berhasil mengidentifikasi permasalahan UKM yang meliputi: lemahnya akses pasar (29%), keuangan (19,2%), informasi teknik dan pelatihan (19,2%), kontrol kualitas, manajemen, peralatan produksi masing-masing 9,6% dan masalah lain 4%. Selain itu menurut Ariawati (2005) kelemahan UKM dapat diklasifikasikan seperti yang terlihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 2.1. Klasifikasi Kelemahan UKM

	<b>Bidang</b>	<b>Kelemahan</b>
1.	Pendidikan	Pendidikan yg dimiliki oleh pelaku UKM relatif kurang tinggi
2.	Ketrampilan & keahlian	Profesionalisme, kemampuan teknikal dan manajerial yg rendah
3.	Kemampuan penetrasi pasar	Kemampuan penetrasi pasar yg rendah karena produk yg inferior dan skala produksi yg kecil
4.	Permodalan	Modal usaha kecil dan sulit akses pada lembaga keuangan
5.	Teknologi Industri	Lemah karena tidak ada akses pada lembaga keuangan
6.	Jaringan Usaha	Terbatas pada produk inferior dan jumlahnya terbatas
7.	Iklim Usaha	Kurang menunjang karena adanya persaingan
8.	Sarana & Prasarana	Belum memiliki sarana dan prasarana

Sumber: Ariawati, 2005

Berbagai permasalahan di atas, pada kenyataannya saling terkait dan berinteraksi satu sama lain. Pemahaman secara mikro terhadap kondisi internal UKM yang lebih mendalam diperlukan pihak pembina agar pembinaan tidak hanya terfokus pada satu sisi saja misalnya

upaya penyaluran modal kerja atau modal investasi namun juga harus diperhitungkan aspek yang lain misalnya: luas dan daya serap pasar untuk produk UKM, kemampuan manajerial pengusaha, kemudahan memperoleh bahan baku dan bahan penolong serta substitusinya, desain produk serta kualitasnya dan lain-lain. Tanpa memperhatikan serta melakukan pembinaan terhadap berbagai faktor yang saling terkait di atas pengalaman telah membuktikan bahwa hanya kegagalan yang akan terjadi. Pembinaan yang hanya menekankan pada penyediaan pembiayaan usaha saja akan menemui kegagalan, termasuk pengalaman kegagalan yang dialami sektor perbankan kita dalam membina UKM pada masa lalu.

### III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini deskriptif karena bertujuan untuk memberikan gambaran tentang permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Banyumas dalam pengembangan usaha. Populasi penelitian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah yang sudah berdiri minimal dua tahun serta berlokasi di wilayah marjinal dan pedesaan di Kabupaten Banyumas. Pengumpulan data meliputi survei pendahuluan untuk memperoleh gambaran tentang organisasi dan mengetahui permasalahan yang akan diteliti, survei lapangan berupa pengamatan dan wawancara langsung dengan UMKM di Kabupaten Banyumas. Data dari masyarakat diperoleh melalui kuisioner dan wawancara. Data juga diambil dengan mengumpulkan data-data sekunder yang sudah ada. Sejumlah 500 kuesioner dikirimkan kepada responden dan hanya 442 yang kembali dan diolah lebih lanjut.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### **Profil UMKM di Kabupaten Banyumas**

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu bagian wilayah Propinsi Jawa Tengah yang terdiri dari 27 kecamatan dan 331 kelurahan. Dari tahun 2006 sampai dengan 2009, jumlah usaha kecil meningkat dari 643 menjadi 717. Jumlah ini cukup banyak dan menyebar di seluruh Wilayah Kabupaten Banyumas. Namun demikian penyebaran lokasi usaha kecil

tersebut tidak merata di semua daerah. Sebagian besar usaha kecil berada di wilayah Purwokerto, dengan jumlah terbanyak berada di Wilayah Purwokerto Timur yaitu sebesar 142 usaha kecil. Adapun sebaran lokasi usaha kecil dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Jumlah Usaha Kecil di Kab. Banyumas

Kecamatan	Pedagang Kecil
(1)	(2)
1. Lumbir	3
2. Wangon	33
3. Jatilawang	13
4. Rawalo	4
5. Kebasen	11
6. Kemranjen	6
7. Sumpiuh	15
8. Tambak	7
9. Somagede	3
10. Kalibagor	9
11. Banyumas	7
12. Patikraja	16
13. Purwojati	12
14. Ajibarang	48
15. Gumelar	13
16. Pekuncen	3
17. Cilongok	30
18. Karanglewas	19
19. Kedungbanteng	11
20. Baturaden	11
21. Sumbang	6
22. Kembaran	44
23. Sokaraja	32
24. Purwokerto Selatan	101
25. Purwokerto Barat	65
26. Purwokerto Timur	142
27. Purwokerto Utara	53
<b>Jumlah</b>	<b>717</b>

## Profil Responden

Deskripsi hasil penelitian dibagi menjadi jenis usaha, umur usaha dan omzet penjualan. Sample penelitian ini berjumlah 442 UMKM yang berlokasi di wilayah Marjinal dan Pedesaan di Kabupaten Banyumas. Adapun deskripsi sample berdasarkan jenis usaha yang ditekuni dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 2 Deskripsi UMKM berdasarkan Jenis Usaha

		<b>Jenis Usaha</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Makanan Khas	160	36.2	36.4	36.4
	Tanaman Hias	40	9.0	9.1	45.5
	Kayu	40	9.0	9.1	54.5
	Bulu Mata	50	11.3	11.4	65.9
	Poultry	40	9.0	9.1	75.0
	Sayuran	30	6.8	6.8	81.8
	Perikanan	30	6.8	6.8	88.6
	Gula Kelapa	50	11.3	11.4	100.0
	Total	440	99.5	100.0	
	Missing	System	2	.5	
Total		442	100.0		

Berdasarkan jenis usaha responden penelitian dapat dibagi menjadi delapan kategori yaitu usaha makanan khas sejumlah 160 unit atau 36.4%; tanaman hias, kayu dan peternakan unggas masing-masing sejumlah 40 unit atau 9.1%, bulu mata dan usaha pengolahan gula kelapa masing-masing sejumlah 50 unit atau 11.4% serta usaha sayuran/buah-buahan dan perikanan masing-masing sejumlah 30 unit atau setara dengan 6.8%. Mayoritas responden merupakan UMKM yang melakukan usaha dibidang pengolahan makanan khas Banyumas seperti kripik tempe, nopia dan getuk goreng. Produk dengan jenis ini paling banyak diminati karena tidak memerlukan modal yang besar baik dalam hal investasi peralatan, tenaga kerja juga modal kerja seperti bahan baku. Demikian pula halnya dengan pemasaran, produk ini dapat di jual di pasar lokal/ tradisional juga pasar modern. Tingkat perputaran penjualan yang cukup tinggi memberikan stabilitas pendapatan secara terus menerus kepada pelaku UKM dibidang industri makanan. Oleh karena itu sektor paling banyak diminati oleh pelaku UMKM yang berlokasi di wilayah marjinal dan pedesaan. Menurut Kastaman (2003)

mengembangkan usaha dalam bidang pangan, baik berupa produk mentah, bahan setengah jadi maupun produk jadi merupakan kegiatan yang memiliki prospek sangat baik karena selama manusia hidup akan selalu memerlukan pangan untuk kebutuhan fisiknya. Jadi usaha dalam bidang pangan orientasinya bisa seumur hidup. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan diperoleh temuan tentang beberapa alasan mengapa sektor makanan lebih diminati oleh masyarakat di wilayah marjinal dan pedesaan antara lain: kemudahan akses terhadap bahan baku, tidak memerlukan keahlian khusus saat pengolahan serta kemudahan dalam pemasaran karena produk makanan khas memiliki permintaan yang tinggi (perputaran uang yang sangat cepat). Namun demikian sifat usaha yang hanya berorientasi jangka pendek yaitu menjual dipasar lokal yang hasil penjualan digunakan untuk konsumsi sehari-hari mayoritas pengusaha makanan tidak memiliki perencanaan untuk pengembangan produk ke pasar nasional maupun ekspor.

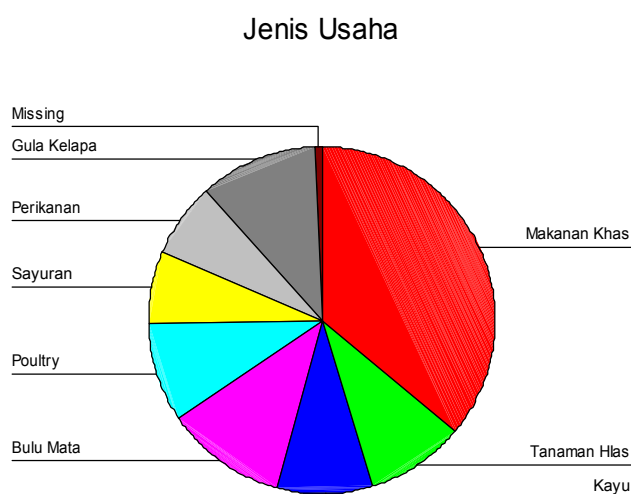
Menurut Kastaman (2003) permasalahan dalam mengembangkan usaha bidang pangan ini banyak kendala yang dihadapi, mulai dari ketersediaan bahan baku, aspek kesehatan, periode waktu atau umur konsumsi hingga cara penanganannya. Penyajian produk pangan yang tidak memenuhi syarat utama yaitu aspek kesehatan sudah barang tentu tidak akan menarik di mata konsumen.

Ada beberapa karakteristik umum yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan produk pangan, antara lain yaitu :

1. Lama konsumsi dari bahan pangan
2. Variabilitas bahan untuk diolah dari satu produk ke produk yang lain
3. Cara penyimpanan dan penyajian
4. Kesesuaian dengan standar yang ditetapkan
5. Penampakan produk dalam rangka menarik minat konsumen
6. Aspek lingkungan pemasaran

Semua faktor di atas akan berdampak pada keberhasilan dalam pemasaran produk kepada konsumen. Idealnya produk pangan yang akan dipasarkan memiliki umur konsumsi yang lama, mudah diolah menjadi berbagai macam produk, mudah dalam mengolah dan menyajikannya, tidak sulit dalam menyajikan kemasannya, memenuhi standar yang berlaku

umum untuk produk pangan terutama yang menyangkut kesehatan dan dapat dipasarkan di berbagai tempat. Untuk mendapatkan produk pangan yang ideal tersebut tidak mudah, oleh karena tidak semua bahan memiliki karakteristik yang sama, yang pada akhirnya akan membawa konsekuensi kepada biaya produksi dan cara penyajiannya. Berdasarkan hasil temuan ini industri makanan khas merupakan salah satu sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan di wilayah marjinal dan pedesaan di Kabupaten Banyumas. Berdasarkan jenis usaha profil responden dapat digambarkan secara grafis seperti berikut:



Gambar 4.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Usaha

### **Berbagai Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Banyumas**

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM), dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu kendala internal dan eksternal. Pengelompokan ini didasarkan pada penelitian terdahulu (Ariawati, 2005, Hafsah, 2004, Rosid, 1998)

#### **A. Faktor Internal**

- a Terbatasnya jumlah modal merupakan kendala utama dalam pengembangan usaha UMKM di Kabupaten Banyumas. Mayoritas pengusaha menggunakan modal sendiri



dalam menjalankan usahanya. Kurangnya permodalan UKM, oleh karena 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.

## **B. Faktor Eksternal**

- a Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif Kebijakan Pemerintah untuk menumbuhkembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), meskipun dari tahun ke tahun 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.

Tabel berikut menunjukkan tingkat permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Banyumas dalam Pengembangan Usaha:

Tabel 4.11. Kendala dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Banyumas

<b>Faktor</b>	<b>Dimensi</b>
Internal	Terbatasnya modal Terbatasnya kemampuan SDM Lemahnya jaringan usaha dan akses pasar Adaptasi inovasi teknologi Kendala operasi (pemasaran dan pengendalian persediaan) Kendala administratif (pembukuan dan manajemen secara umum)
Eksternal	Infra Struktur/ Sarana prasarana Iklim Usaha Otonomi Daerah Globalisasi

Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam pengembangan usaha adalah terbatasnya modal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 67.2 persen menggunakan tabungan pribadi sebagai sumber permodalan, 11.7 persen mempunyai akses terhadap tabungan keluarga besar, 8.3 mempunyai akses ke bank serta 12.8 persen melakukan kemitraan usaha dengan pihak lain.

Tabel 4.12. Sumber permodalan UMKM di Kabupaten Banyumas

<b>Sumber</b>	<b>persentase</b>
Tabungan pribadi	67,2

Tabungan keluarga besar	11,7
Bank komersial	8,3
Kemitraan usaha	12,8
Total	100

Sumber: Data primer diolah

Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian sejenis di negara berkembang di dunia tentang permodalan sebagai faktor yang menghambat pertumbuhan UMKM (lihat Ariawati, 2005; Hafisah, 2004; Kallon dkk, 1990; Okpara, 2011; Rosid, 1998; Sulistio dan Mansur, 2010). Namun demikian sejauh mana keterbatasan modal menjadi penghambat utama dalam pertumbuhan UMKM masih perlu dipertanyakan (Okpara, 2011). Hasil penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa tambahan modal tidak selalu diperlukan untuk keberhasilan aktivitas usaha dan kekurangan modal itu dapat dikompensasi dengan kreativitas dan inisiatif (Dia, 1996, Godsell, 1991, Hart, 1972, harper dan Soon, 1979). Selanjutnya Kallon (1990) menemukan bahwa jumlah modal yang dibutuhkan untuk memulai suatu usaha memiliki hubungan yang negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha, serta akses terhadap kredit komersial tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan usaha, jika ia, maka hubungan keduanya adalah negatif.

Sebaliknya beberapa peneliti lainnya termasuk di Indonesia (Ariawati, 2005; Hafisah, 2004; Okpara, 2011; Rosid, 1998; Sulistio dan Mansur, 2010) menyimpulkan bahwa salah satu masalah utama bagi usaha kecil menengah adalah terbatasnya jumlah modal (*under-capitalized*). Mayoritas UMKM cenderung menggunakan modal sendiri dalam menjalankan usaha (Okpara, 2011) oleh karena itu akses permodalan masih menjadi isu penting dalam pengembangan UMKM. Kallon (1990) menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa 65.6 persen UMKM menggunakan modal sendiri dalam menjalankan usaha. Sementara itu Keyser dkk (2000) menyimpulkan bahwa di Zambia, kurangnya modal awal dalam memulai usaha merupakan masalah utama yang dihadapi UMKM karena hanya 24 persen uMKM yang memulai usaha dengan modal pinjaman dari bank. Angka ini masih lebih baik jika dibandingkan dengan temuan penelitian ini bahwa hanya 8,3 persen UMKM di Kabupaten Banyumas yang mendapatkan pembiayaan dari bank komersial. Penelitian lain oleh Koop

dkk (2000) besarnya modal awal saat memulai usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Dari hasil wawancara dengan pihak Bank Pembiayaan Syariah di Kabupaten Banyumas diperoleh kesimpulan bahwa lemahnya akses UMKM terhadap pembiayaan lebih disebabkan oleh tidak adanya/sesuai nilai agunan yang diberikan dengan jumlah pembiayaan yang diajukan. Hal ini sesuai dengan beberapa hasil penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa faktor agunan, serta terbatasnya kemampuan dalam membayar angsuran di bank merupakan faktor yang menyebabkan lemahnya akses UMKM terhadap pembiayaan (Gray et al, 1997; Kiggundu, 1988; Pramuka dkk, 2010; Trulsson, 1997; Ulfah dkk, 2009; Van Dijk, 1995)

Permasalahan lainnya yang dihadapi oleh UMKM bersifat manajerial seperti kemampuan SDM, pelaporan keuangan. Hal senada juga ditemukan oleh beberapa peneliti terdahulu (seperti Ariawati, 2005; Hafisah, 2004; Okpara, 2011; Rosid, 1998; Sulistio dan Mansur, 2010, Urata, 2000). Misalnya Urata (2000) yang melakukan penelitian pada UKM di tujuh kota besar di Indonesia termasuk Surabaya berhasil mengidentifikasi permasalahan UKM yang meliputi: lemahnya akses pasar (29%), keuangan (19,2%), informasi teknik dan pelatihan (19,2%), kontrol kualitas, manajemen, peralatan produksi masing-masing 9,6% dan masalah lain 4%. Temuan sejenis juga dilaporkan oleh Tushabomwe-Kazooba (2006) bahwa pembukuan yang kurang baik serta kurangnya kemampuan dalam keahlian dalam manajemen dasar merupakan faktor penyebab kegagalan UMKM di Afrika. Rendahnya pengetahuan dan pengalaman pemilik dalam manajemen usaha merupakan salah satu faktor yang menghambat keberhasilan UMKM. Faktor lain yang menghambat pertumbuhan UMKM antara lain pembukuan yang buruk, kurangnya pengalaman dalam berbisnis, kurangnya pengetahuan teknis, kemampuan manajerial yang rendah, perencanaan yang buruk serta kurangnya riset pemasaran (Lussier, 1996; Mahadea, 1996; Murphy, 1996). Faktor seperti korupsi, kurangnya sarana prasarana, lokasi yang buruk, kurangnya riset pemasaran berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan UMKM (Tushabornwe\_kazooba, 2006; Mambula, 2002)

Hasil wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan serta para *stakeholders* UMKM juga diperoleh informasi tentang faktor lainnya yang menghambat pertumbuhan usaha UMKM di Kabupaten Banyumas berkaitan dengan sifat (*trait*) dan perilaku (*behavior*)

individu pengusaha seperti sifat tidak jujur/ korupsi, semangat kerja yang lemah serta perilaku bisnis yang curang seperti mengurangi timbangan, penyogokan, manipulasi harga dstnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa temuan penelitian terdahulu tentang buruknya pengaruh perilaku tidak etis dalam berbisnis dalam keberhasilan usaha. Kiggundu (2002) menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa tantangan terbesar yang dihadapi oleh pengusaha kecil di afrika dalam mengembangkan kemampuan wirausaha mereka adalah sogok-menyogok, kurang jujur, serta perilaku bisnis curang lainnya (*illegal business conducts*). Perilaku seperti ini memberi peluang kepada pihak yang berkuasa untuk menghasilkan uang dengan cara cepat dan tidak legal(menerima uang sogokan dalam perijinan misalnya). Secara umum korupsi memberikan dampak buruk pada semua bidang termasuk pelaku UMKM (Okpara, 2011) karena perilaku curang seperti ini merendahkan hukum nasional, integritas bangsa juga menurunkan rasa percaya diri para pengusaha (Langseth dan Stapenhurs, 1977; Pop, 2002)

Secara umum hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu (Ariawati, 2005; Hafisah, 2004; Okpara, 2011; Rosid, 1998; Sulistio dan Mansur, 2010, Urata, 2000) yang menyimpulkan bahwa diantara masalah yang dihadapi UMKM dalam pengembangan usaha antara lain aspek keuangan yang lemah; kemampuan manajemen yang buruk; sikap bisnis yang tidak legal seperti curang, korupsi; kurangnya sarana prasarana, lemahnya pembukuan, lemahnya jaringan, rendahnya kemampuan akses pasar, serta iklim usaha yang kurang mendukung (yang secara umum dikelompokkan menjadi faktor internal dan eksternal).

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat sejumlah faktor yang menghambat pertumbuhan UMKM di Kabupaten Banyumas. Faktor ini dibagi menjadi internal dan eksternal. Berdasarkan tingkat kepentingannya faktor dukungan finansial merupakan salah satu faktor utama yang menentukan perkembangan usaha. Oleh karena itu pengusaha kecil dan menengah disarankan untuk mencari sumber pembiayaan murah dengan tingkat bunga yang rendah dari lembaga keuangan, mencari pinjaman dari teman dan keluarga, melakukan

negosiasi dengan pelanggan yang membeli dengan partai besar agar memberikan uang muka, serta mencari sumber pembiayaan dari lembaga keuangan mikro. Berkaitan dengan masalah manajerial, pembinaan dapat dilakukan oleh pemerintah melalui workshop dan seminar. Demikian pula halnya dengan perguruan tinggi hendaknya mengalokasikan dana untuk memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM. Bentuk pelatihan yang diberikan dapat berupa pencatatan akuntansi, pemasaran dan pembukuan yang dibutuhkan oleh pemilik UMKM dalam menjalankan bisnisnya sehari-hari. Ketrampilan manajerial ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM di tingkat nasional dan global.

Pemilik UMKM perlu membentuk jaringan usaha serta mencari nasihat dari pelaku UMKM yang lebih berpengalaman pada usaha yang sejenis. Untuk memiliki pencatatan akuntansi yang akurat maka UMKM perlu mempekerjakan ahli dalam berbagai fungsi manajemen serta digaji dengan layak. Pembukuan harus dilakukan dengan teratur secara periodikal. Perilaku bisnis yang curang seperti korupsi harus dihindari dan pemerintah harus melakukan kampanye anti korupsi dengan gencar untuk membentuk perilaku bisnis yang lebih baik bagi pengusaha. Keberhasilan UMKM memerlukan lingkungan yang stabil, lingkungan yang layak, masyarakat bebas korupsi serta pemerintah dengan kebijakan yang pro UMKM

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S., (2001), Regulasi dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, <http://jurnal.unikom.ac.id/vol4/art7.html>, diakses tanggal 5 April 2011
- Ajzen, I, (1991), 'Theory of planned behavior' *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, **50**, 170-211.
- Ariawati, 2005, Usaha Kecil dan Peluang Kerja, <http://jurnal.unikom.ac.id/vol4/art7.html>, diakses tanggal 3 maret 2005.
- Arinaitwe, J.K. (2006), "Factors constraining the growth and survival of small scale businesses: a developing countries analysis", *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Vol. 8 No. 2, pp. 167-78.
- Awang, A., Khalid, S. A., Yusof, A. A., Mohamed Kassim, K., Ismail, M., Shekh Zain, R., & Sintha Madar, A.R. (2009). Entrepreneurial Orientation and Performance Relations of Malaysian Bumiputera SMEs: The Impact of Some Perceived Environmental Factors. *International Journal of Business and Management*, 4(9), 84-96.

Badan Pusat Statistik Indonesia

- Bagozzi, R., Baumgartner, H. and Yi, Y. (1989), 'An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship' *Journal of Economic Psychology*, **10** 35-62.
- Bank Indonesia, 2004, Pola Pembiayaan Usaha Kecil Usaha Pengolahan Gula Kelapa, Purwokerto
- Berry, M.C., 2002, "Wajah Murung Ketenagakerjaan Kita", *Kompas*, 25 November.
- Brata, Aloysius G., 2003, "Distribusi Spasial UKM di Masa Krisis Ekonomi", *Jurnal Ekonomi Rakyat*, Vol. II, No. 8, November 2003.
- Cooper, A. C. and Gascon, F, 1992 'Entrepreneurs, processes of founding and new-firm performance', in *The state of the art of entrepreneurship*, (eds.) D Sexton and J Kasarda, PWS-Kent, Boston.
- Covin, J. G., & Covin, T. J. (1990). Competitive aggressiveness, environmental context, and small firm performance. *Entrepreneurship Theory dan Practice*, **14**, 35-50.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, **16**(1), 7-24.
- Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth relationship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, **30**(1), 57-81.
- Covin, J. G., Slevin, D. P. and Schultz, R. L. 1994, 'implementing strategic missions: Effective strategic, structural and tactical choices.' *Journal of Management Studies*, **31** (3) 481-505.
- Dean, C. C. (1993). *Corporate entrepreneurship: Strategic and structural correlates and impact on the global presence of United States firms*. Unpublished doctoral dissertation, University of North Texas, Denton.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, **19**(1), 147-156.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Covin, J. G. (1997). Entrepreneurial strategy making and firm performance: Tests of contingency and configurational models. *Strategic Management Journal*, **18**(9), 677-695.
- Dia, M., (1996), African management in the 1990s and Beyond: Reconciling Indigenous and Transplant Institutions. The World Bank, Washington, DC
- DTI, 2001 'UK Competitiveness Indicators' Second Edition HMSO London.
- Gibb, A.A. (1993), "The enterprise culture and education. understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals", *International Small Business Journal*, Vol. 11 No. 3, pp. 11-34.



- Gibb, A.A. (1996), "Entrepreneurship and small business management: can we afford to neglect them in the twenty-first century business school?", *British Journal of Management*, Vol. 7 No. 4, pp. 309-21.
- Gibb, A.A. (2002), "In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge", *International Journal of Management Review*, Vol. 4 No. 3, pp. 233-69.
- Godsell, G., (1991), *Entrepreneurs embattled: barriers to entrepreneurship in South Africa*, in erger, B., (Ed), *The Culture of Entrepreneurship*, ICS Press, San Fransisco
- Hafsah, M.J., 2004, Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Infokop No 25 Tahun XX, pp 40-44
- Hannan, M. T., Burton, D. and Baron, J., 1996 'Inertia and Change in the Early Years: Employment Relations in Young, high Technology Firms', *Industrial and Corporate Change*, **5** 503-536.
- Hart, S. L. (1992). An integrative framework for strategy-making processes. *Academy of Management Review*, *17*, 327-351.
- Khandwalla, P.N., 1977 *The Design of Organizations*, Harcourt Brace Jovanovich, New York
- Kreiser, P., Marino, L., & Weaver, K. M. (2002a). Assessing the relationship between entrepreneurial orientation, the external environment, and firm performance. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. [Online] Available: [http://www.babson.edu/entrep/fer/babson/X/X\\_P3/P3.htm](http://www.babson.edu/entrep/fer/babson/X/X_P3/P3.htm) (March 25, 2003).
- Kreiser, P., Marino, L., & Weaver, K. M. (2002b). Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: a multi-country analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*. [Online] Available: <http://www.highbeam.com/DocPrint.aspx?DocId=IGI:91971832> (March 10, 2009).
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. and Carsrud, A. L., 2000, 'Competing models of entrepreneurial intentions', *Journal of Business Venturing* **15** 411-432.
- Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (1988). First mover advantage. *Strategic Management Journal*, (Special Issue) *9*, 41-58.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review*, *21*, 135-172.
- Lumpkin, G. T., Cogliser, C. C., & Schneider, D. R. (2009). Understanding and measuring autonomy: An entrepreneurial orientation perspective. *Entrepreneurship Theory & Practice*, *33*(1), 47-70.
- Mansur, A. dan Sulistio, J. (2010), *Policy Analysis and Design of Small and Medium Enterprises for Development Program*, Conference Proceeding, The 11th Asia Pacific Industrial Engineering and Management System Conference.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, *29*, 770-791.

- Montiero da Silva, M. A. O., Montiero Gomes, M. F. A., & Corriea, M. F. (2009). Entrepreneurial culture: a comparative study of entrepreneurs in Brazil and Portugal. *Revista de Administracao Contemporanea*, 13(1), 57-71.
- Muhammad, 2002, Manajemen Bank Syariah, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Muktar, M., (2009), Examination of the role microfinance banks in the promotion and development of entrepreneurship in semi urban dan rural: the case of Nigeria, *Advance in Global Business Research*, vol. 6 No. 1, pp.236-239
- Okpara, J.O., (2011), Factors constraining the growth and survival of SMEs in Nigeria Implications for poverty alleviation, *Management Research Review*, Vol. 34 No. 2, 2011 pp. 156-171
- Olaitan, M.A., (2006), Finance for small and medium scale enterprises in Nigeria, *Institute of Social and Economic Research (NISER)*, Ibadan
- Pramuka, BA, dan Adawiyah, WR, 2007, Peluang dan Tantangan Pembiayaan Syariah untuk UMKM di Kabupaten Banyumas (tidak dipublikasikan)
- Rosid, M, (1998), Manajemen Usaha Kecil Menengah dan Koperasi, Pusat Pengembangan Bahan Ajar-UMB, dapat diakses di [www.wpksm.mercubuana.ac.id/new/.../files.../31013-3-478126269633.doc](http://www.wpksm.mercubuana.ac.id/new/.../files.../31013-3-478126269633.doc)
- Quince T., and Whittaker, H., (2003), *Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurs' Intention and Objectives*, ESRC Centre for Business Research, University of Cambridge, Working Paper No. 271
- Shane, S., Venkataraman, S., & MacMillan, I. (1995). Cultural differences in innovation championing strategies. *Journal of Management*, 21, 931-952.
- Shook, C.L., Priem, R.L. and McGee, J.E. (2003), "Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis", *Journal of Management*, Vol. 23 No. 3, pp. 379-99.
- Smith, K., Ferrier, W., & Grimm, C. (2001). King of the hill: Dethroning the industry leader. *Academy of Management Executive*, 15(2), 59-70.
- Sutopo H., 2002, Pengantar Penelitian Kualitatif: Dasar-dasar Teoritis dan Praktis, Surakarta: Pusat Penelitian Universitas Sebelas Maret.
- Urata Shujiro, 2000, Policy Recommendations: Outline of tentative Policy Recommendation for SME Promotion in Indonesia, Publikasi JICA 17 Mei 2007
- Wiklund, J. (1999). The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1), 37-48.
- Winarni, E.S., (2006), Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peingkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan, Infokop Nomor 29 Tahun XXII, pp 92-98