

MODEL STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DAN KECIL MILIK MAHASISWA BERBASIS PERANAN STRATEGIS PERGURUAN TINGGI

Oleh:

Imron Rosyadi¹⁾

E-mail: shofiyyah.imron@gmail.com

¹⁾Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRACT

The purpose of this research is arrange a strategy model for developing micro and small enterprises owned by the student on the Colleges strategic role-based. Research conducted in the selected region: Surakarta, Sukoharjo, Klaten and Boyolali Regency. The data used is primary and secondary data. Primary data is obtained using the techniques of observation, focus group discussion (FGD) and in-depth interview on micro and small entrepreneur's students in the area of research, the secondary data is obtained from various publication sources. Analytical method used is descriptive-analytic approach. This result showed that: (1) micro and small enterprises owned by student face various problems especially capital aspect, enterprises management and entrepreneurship skills; (2) the problems that have been identified is used a basis of arrangement a SWOT analysis from formulating a grand strategy and model development of micro and small enterprises (Figure 4.3); (3) The strategic role of the Colleges in developing micro and small enterprise: (a) formulating strategic for the developing of small and micro enterprises through: (i) the teaching of entrepreneurship and enterprises management soft skills-based and (ii) conducting education and training an intensive, systematic and integrated about enterprises management and entrepreneurship science and technology-based; (b) colleges synergize with Banks and HPMI for purposes related to the evaluation of the feasibility business plan, flanking business and business consultant for entrepreneurs students; (c) providing ease of access to capital for entrepreneurs students his business plan is considered feasible by a team of assessment.

Keywords: *Development strategy model, micro and small enterprises, SWOT analysis.*

PENDAHULUAN

Untuk menggerakkan ekonomi nasional, khusus-nya sektor riil yang lebih dinamis dan mensejahterakan masyarakat Indonesia, ideal-nya dibutuhkan populasi wirausahawan sebesar 2 persen dari total penduduk Indonesia atau sekitar 5 juta wirausahawan dengan asumsi penduduk Indonesia sebesar 250 juta jiwa. Sementara kenyataan riil di lapangan jumlah wirausahawan di Indonesia baru sekitar 0,8 persen dari jumlah penduduk yaitu sekitar 450 ribu orang. Hal ini menunjukkan bahwa sektor dunia usaha belum bisa menggerakkan roda ekonomi secara optimal.

Kecilnya populasi wirausahawan di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor utama di antara adalah faktor akses permodalan dan skill kewirausahawan yang kurang memadai. Untuk faktor permodalan, para pengusaha pemula (tidak terkecuali mahasiswa pelaku usaha) terkendala oleh bunga pinjaman Bank yang sangat tinggi. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (2011) bahwa suku bunga Bank Indonesia sebesar 5,75 persen; suku bunga pinjaman di atas 100 miliar sekitar 10 persen; suku bunga kredit di bawah 100 miliar sebesar sekitar 11 persen; suku bunga kredit bagi usaha menengah sekitar 13 persen; sementara suku bunga kredit untuk usaha mikro sebesar 18 persen. Hal ini menunjukkan ada kesenjangan yang sangat lebar antara pengusaha besar dengan pengusaha mikro serta juga bisa dipahami, bahwa Bank menikmati *Net Interest Margin (NIM)* yang sangat besar yaitu sekitar 13 persen dari usaha mikro, sementara suku bunga kredit tersebut sangat memberatkan usaha mikro dan kecil di Indonesia.

Tabel 1. Jumlah unit, Tenaga Kerja, Nilai Produksi, dan Nilai Investasi Berdasarkan Unit Usaha di Indonesia Tahun 2010

Keterangan	Kecil	Menengah	Besar	Jumlah
Jumlah (ribu unit)	4 4.621	6 8	4	44.6 93
Tenaga Kerja (ribu orang)	7 1.187	6 .491	2 ,59	80.2 68
Nilai Produksi (triliun Rp)	1 .036	4 44	1 .249	2.72 9
Nilai Investasi (triliun)	8 2	9 3	2 14	389

Sumber: Kementerian UKM (2010)

Padahal sebagaimana diketahui bahwa sektor UMKM menjadi jaring pengaman sosial yang paling *power full* karena mampu menyerap tenaga kerja yang sangat besar. Tabel 2. nampak bahwa jumlah unit usaha kecil di Indonesia paling banyak dan mampu menyerap tenaga kerja yang relatif besar yaitu 71.187.000 orang, sementara selisih nilai investasinya tidak terlalu besar jika dibandingkan usaha skala menengah. Hal ini mengindikasikan bisnis-kecil memegang peranan sangat penting dalam menggerakkan sektor riil di Indonesia.

Ketertarikan individu pada dunia usaha bisa diamati sejak individu tersebut merintis atau menjalankan usaha di sela-sela aktivitas kuliah-nya atau semenjak berstatus sebagai mahasiswa aktif. Secara umum usaha yang dijalankan mahasiswa masih dalam bentuk rintisan atau berskala mikro dan atau kecil seperti warung makan, depot, konter aksesoris HP atau komputer, jasa *laundry*, *fashion* dan sebagainya. Namun sudah bisa diduga bahwa usaha tersebut belum bisa berkembang secara signifikan karena terkendala berbagai faktor penghambat utama diantaranya adalah faktor keluasaan akses permodalan dan kemampuan kewirausahaan yang belum memadai.

Oleh karena dibutuhkan peran dan atau kebijakan strategis perguruan tinggi untuk mengembangkan usaha mikro dan kecil milik mahasiswa, sehingga diharapkan dapat menumbuhkan populasi wirausahaan muda yang handal yang lahir dan besar dari kalangan perguruan tinggi serta pada gilirannya dapat mengurangi angka pengangguran lulusan perguruan tinggi. Kondisi ini memantik peneliti merumuskan masalah: bagaimana model strategi pengembangan usaha mikro dan kecil milik mahasiswa berbasis kebijakan strategis

perguruan tinggi? Adapun tujuan yang sudah dicapai pada tahun ke-dua ini adalah membuat model kebijakan dan atau strategi pengembangan usaha mikro dan kecil milik mahasiswa berbasis kebijakan strategis perguruan tinggi.

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil yang dimaksud usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih tahunan serta kepemilikan sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000

Sedangkan menurut BPS (2000) perusahaan/usaha industri kecil dan kerajinan rumah tangga adalah perusahaan/usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 1 – 19 orang termasuk pengusaha, baik perusahaan/usaha yang berbadan hukum atau tidak. Tabel 2.1. menunjukkan Kriteria usaha mikro dan kecil di Indonesia

Tabel 2. Kriteria Usaha Mikro dan Kecil

Kriteria	UU No.9 Th 1995 ttg Usaha Kecil	UU No.20 Th 20008 ttg UMKM
Usaha Mikro	Belum diatur	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kekayaan bersih ≤ Rp50.000.000 ✓ Penjualan tahunan ≤ Rp300.000.000
Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kekayaan bersih ≤ Rp200.000.000 ✓ Penjualan tahunan ≤ Rp1 M 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kekayaan bersih > Rp50.000.000 s/d Rp500.000.000 atau ✓ Penjualan tahunan > Rp300.000.000 s/d ≤ Rp2,5 M
Usaha	Belum diatur	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kekayaan bersih > Rp500.000.000 s/d ≤ Rp10 M atau ✓ Penjualan tahunan > Rp2,5 M s/d ≤ Rp50 M

Sumber: Gerai Info Bank Indonesia (2011)

Hasil survei yang dilakukan oleh Hamid dan Sri Susilo (2010) menyebutkan bahwa ada beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM di propinsi DIY antara lain adalah (i) pemasaran; (ii) modal dan pendanaan; (iii) inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (iv) pemakaian bahan baku; (v) peralatan produksi; (vi) penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (vii) rencana pengembangan usaha; dan (viii) kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.

Selanjutnya berdasarkan hasil survei tersebut, Sri Susilo dan Hamid (2010) memberikan beberapa rekomendasi kebijakan dan strategi, yaitu: (i) berbagai pelatihan dalam pengembangan produk yang lebih variatif dan berorientasi kualitas dan dengan berbasis sumberdaya lokal; (ii) dukungan pemerintah pada pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern; (iii) pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal; (iv) kebijakan kredit oleh perbankan dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana sehingga akan mendukung percepatan proses revitalisasi proses produksi; (v) peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun non-fisik untuk menurunkan biaya distribusi sehingga produk UMKM akan memiliki daya saing lebih tinggi; dan (vi) dukungan kebijakan pengembangan promosi ke pasar ekspor maupun domestik dengan berbagai media yang lebih modern dan bervariasi.

PEMBAHASAN

Profil Responden

Pihak yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang secara administrasi akademik berstatus sebagai mahasiswa yang sudah melakukan dan atau merintis bisnis mikro dengan modal usaha di bawah Rp.5 juta dan Rp.5 juta sampai dengan kurang dari Rp.50, juta yang berkedudukan usaha di wilayah eks-karisidenan terpilih yaitu di kota Surakarta, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Klaten dan Kabupaten Boyolali. Tabel 3. menunjukkan data responden berdasarkan jenis usaha mikro yang sudah dilakukan dan atau dirintis oleh mahasiswa aktif serta tempat kedudukan usaha mikro tersebut beroperasi.

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Jenis Usaha dan Kedudukan Usaha

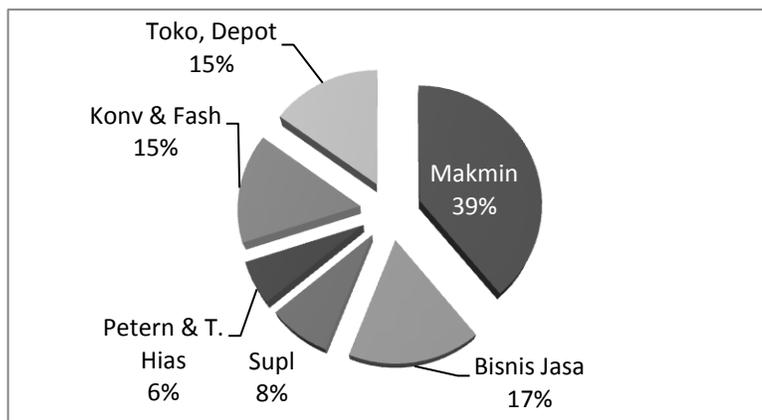
No	Kedudukan Usaha	Jenis Usaha	Jumlah (Unit) Usaha Mikro
1	Kota Surakarta	Makanan dan Minuman	12
		Bisnis Jasa	4
		Suplier, MLM	2
		Peternakan dan Tanaman Hias	2
		Konveksi dan <i>Fashion</i>	2
		Toko, Depot dan sejenisnya	3
2	Kab. Sukoharjo	Makanan dan Minuman	8
		Bisnis Jasa	4
		Suplier, MLM	1
		Peternakan dan Tanaman Hias	1
		Konveksi dan <i>Fashion</i>	6
		Toko, Depot dan sejenisnya	5
3	Kab. Klaten	Makanan dan Minuman	10
		Bisnis Jasa	4
		Suplier, MLM	3
		Peternakan dan Tanaman Hias	2
		Konveksi dan <i>Fashion</i>	2
		Toko, Depot dan sejenisnya	4
4	Kab. Boyolali	Makanan dan Minuman	9
		Bisnis Jasa	5
		Suplier, MLM	2
		Peternakan dan Tanaman Hias	1
		Konveksi dan <i>Fashion</i>	5
		Toko, Depot dan sejenisnya	3
Total			100

Sumber: Data primer (diolah)

Adapun jenis usaha tersebut terbagi ke dalam 6 (enam) kategori, dengan rincian sebagai berikut: (1) Makanan dan minuman sebanyak 39 unit usaha; (2) Bisnis jasa sebanyak 17 unit usaha; (3) Konveksi dan fashion sebanyak 15 unit usaha; (4) Toko, depot dan sejenisnya sebanyak 15 unit usaha; (5) Suplier, *Multi Level Marketing (MLM)* sebanyak 8 unit usaha dan (6) Peternakan dan tanaman hias sebanyak 6 unit usaha.

Proporsi Jenis Usaha Mikro dan Kecil Milik Mahasiswa

Besarnya sampel yang diambil untuk keseluruhan wilayah (kabupaten dan kota) sebesar 100 responden (pelaku usaha mikro) dengan rincian, kota Surakarta sebanyak 25 mahasiswa; Kabupaten Sukoharjo sebanyak 25 mahasiswa; Kabupaten Klaten sebanyak 25 mahasiswa dan Kabupaten Boyolali sebanyak 25 mahasiswa.



Sumber: Data primer (diolah)

Gambar 1. Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Usaha

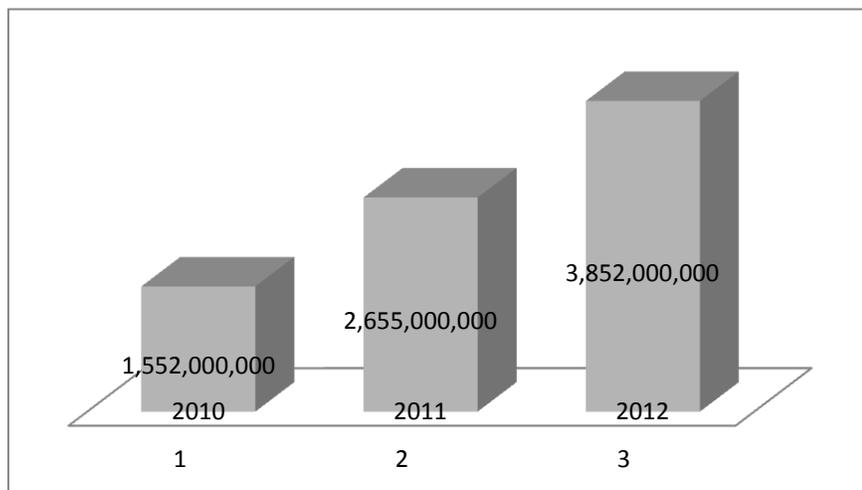
Gambar 1. menunjukkan hasil observasi (*survey* dan wawancara) yang menggambarkan proporsi jenis usaha mikro yang sedang dijalankan dan atau dirintis oleh mahasiswa di daerah penelitian. Berdasarkan gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa komposisi terbesar (urutan pertama) jenis usaha mikro yang dijalankan mahasiswa adalah usaha (produk) makanan dan minuman yaitu sebesar 39 unit usaha atau 39 persen. Hasil pengamatan ini sesuai dengan hasil temuan Hamid dan Sri Susilo (2010) yang menjelaskan bahwa UMKM di Yogyakarta sebagian besar beroperasi pada bidang usaha atau industri kecil yang terkait dengan produk makanan (pertanian). Hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu: (i) ketersediaan bahan baku, (ii) ketersediaan SDM yang memadai dan (iii) skala usaha yang sesuai dengan kondisi pasar lokal. Jenis usaha ini meliputi, produk kue kering, kue atau roti basah, catering, warung makan (HIK), isi ulang air mineral, bebek goreng, ayam bakar dan ayam goreng kremes, es pisang ijo, susu kedelai organik, susu sapi, es tebu, bakso (sosis) bakar, sayur lontong, pedagang sayur keliling dan lain-lain.

Kemudian disusul urutan kedua, jenis usaha bisnis jasa sebanyak 17 unit usaha atau memiliki sebesar proporsi 17 persen. Bisnis ini meliputi, les privat, penulis buku, salon dan *day spa*, tempat penitipan anak, rental komputer (pengetikan), servis komputer dan laptop, servis *handphone*, servis elektronik rumah tangga, fotocopy dan lain-lain. Proporsi terbesar jenis usaha berikut-nya adalah konveksi dan *fashion* yaitu sebesar 15 unit usaha (15 persen). Jenis usaha ini meliputi, konveksi *door to door*, pakaian muslimah (jubah, jilbab dan mukena), tas kerajinan unik, laundry, butik aksesoris. Diurutan berikut-nya jenis usaha yang memiliki proporsi sama (15 persen) dengan jenis usaha konveksi dan *fashion* adalah toko yang terdiri dari beberapa usaha yaitu: toko kelontong (kebutuhan sehari-hari), voucher pulsa, aksesoris *handphone*, aksesoris laptop (*notebooks*) dan lain-lain.

Proporsi urutan ke-lima dan ke-enam adalah jenis usaha supplier dan usaha peternakan & tanaman hias, masing-masing memiliki *share* 8 persen dan 6 persen. Usaha

supplier meliputi, pedagang sayuran, pemasok buah, pemasok produk-produk MLM, pemasok bahan makanan dan lain-lain. Sedangkan jenis usaha peternakan dan tanaman hias meliputi, ayam ras petelur, ayam kampung, persewaan/jual-beli tanaman hias dan lain-lain.

Gambar 2. menunjukkan rata-rata total nilai penjualan produk usaha mikro milik mahasiswa yang diamati mulai tahun 2010 sampai dengan 2012. Gambar tersebut menjelaskan bahwa dari tahun ke tahun terjadi peningkatan nilai penjualan usaha mikro yang dijalankan mahasiswa. Pada tahun 2010 rata-rata total nilai penjualan sebesar Rp.1,55 milyar, kemudian pada tahun 2011 mengalami peningkatan sebesar Rp.2,65 milyar. Sedangkan pada tahun 2012, nilai total penjualan bisnis mikro yang dikelola mahasiswa mencapai Rp.3,85 milyar.



Sumber: Data primer (diolah)

Gambar 2. Rata-rata Total Nilai Penjualan Produk 2010-2012

Masalah Usaha Mikro dan Kecil Milik Mahasiswa

Langkah awal sebelum menyusun strategi pengembangan usaha kecil dan mikro milik mahasiswa adalah mengidentifikasi berbagai masalah dan kendala yang dihadapi mahasiswa dalam menjalankan bisnis-nya. Berdasarkan observasi dan wawancara mendalam di lapangan ditemukan beberapa masalah, yang bisa dikelompokkan menjadi dua aspek yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Hal ini sebagaimana juga ditemukan dalam penelitian Hamid dan Sri Susilo (2010).

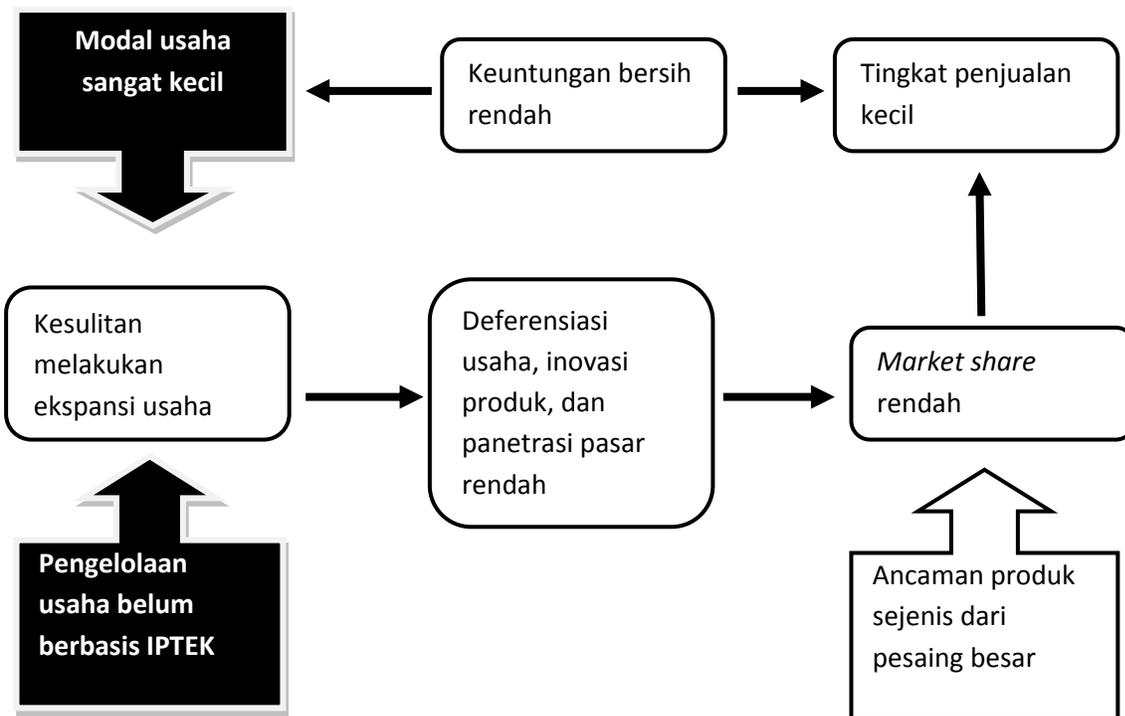
Tabel 2. menunjukkan beberapa masalah internal dan eksternal yang dihadapi mahasiswa dalam mengelola bisnis mikro dan kecil-nya.

Tabel 2. Beberapa Masalah Usaha Kecil dan Mikro Milik Mahasiswa

Aspek Internal	Aspek Eksternal
1. Bentuk fisik, <i>content</i> dan <i>packaging</i> produk cenderung tidak berubah atau belum ada inovasi produk yang berarti.	1. <i>Market share</i> tidak berkembang, karena kurang-nya strategi pemasaran (promosi dan iklan).
2. Kapasitas produksi sangat terbatas, sehingga belum bisa melayani order besar pada musim tertentu.	2. Rentan terhadap produk tiruan dan atau ancaman produk sejenis yang lebih modern dan higienis (untuk kasus jenis usaha makanan dan minuman)
3. Modal usaha yang sangat kecil, karena kurang-nya akses pada bank (kendala kolateral), sehingga kesulitan melakukan ekspansi usaha.	3. Kondisi ekonomi yang dipengaruhi kenaikan harga BBM atau inflasi, sehingga harga bahan baku meningkat tajam
4. Pengelolaan usaha tidak berbasis IPTEK sehingga perkembangan usaha cenderung stagnan	4. Bunga pinjaman bank yang sangat tinggi jauh di atas <i>BI rate</i> dan kolateral yang <i>rigid</i> sehingga akses terhadap permodalan rendah.
5. Manajemen usaha yang bersifat <i>historically transmitted</i> , sehingga menghambat perkembangan usaha (kasus untuk jenis usaha tertentu)	5. Untuk kasus jenis usaha tertentu, tempat usaha yang rentan digusur oleh pihak tertentu
6. Skill kewirausahaan yang relatif masih rendah, sehingga usaha tidak berkembang secara optimal	6. Kontribusi Perguruan Tinggi kurang optimal dalam pengembangan usaha mikro milik mahasiswa
7. Untuk jenis usaha tertentu, kesulitan dalam pembelian bahan baku, sehingga kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar yang besar.	7. Kurangnya kontribusi pihak eksternal seperti, KADIN, HIPMI, dan asosiasi sejenis-nya dalam mendukung pengembangan UMKM (Hamid dan Sri Susilo, 2010)
8. Penetapan harga produk cenderung mahal, sebagai akibat dari biaya produksi yang tinggi.	8. Kurang (bahkan tidak ada) terjalin-nya hubungan kemitraan antara usaha besar dan kecil (mikro)
	9. Kebijakan pemerintah dalam hal penarikan pajak yang memberatkan pengusaha

Sumber: Data Primer (diolah)

Masalah-masalah yang sudah dipaparkan pada tabel di atas sesuai dengan hasil temuan Hamid dan Sri Susilo (2010), secara umum dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Data primer (diolah) dan diadaptasi dari Hamid dan Sri Susilo (2010)
Gambar 3. Masalah Umum yang dihadapi Usaha Kecil dan Mikro

Gambar 3. mendeskripsikan bahwa masalah utama yang dihadapi oleh usaha mikro dan kecil milik mahasiswa adalah masalah internal terutama pada segi permodalan. Modal usaha atau modal kerja yang sangat kecil berdampak pada kesulitan melakukan ekspansi usaha. Ekspansi usaha yang tidak bisa dilakukan oleh mahasiswa pelaku usaha menyebabkan diferensiasi usaha, inovasi produk, dan penetrasi pasar rendah atau kualitas produk rendah sehingga pada giliran-nya menyebabkan *market share* tidak bertumbuh. Rendah-nya pangsa pasar yang dimiliki usaha mikro dan kecil mengakibatkan tingkat penjualan rendah. Hal ini berdampak pada tingkat keuntungan bersih yang rendah sehingga tingkat pembentukan modal usaha cenderung rendah. Kesulitan melakukan ekspansi usaha juga dipengaruhi oleh pengelolaan usaha yang tidak berbasis pada pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Kemudian pangsa pasar yang rendah juga dipengaruhi oleh ancaman produk sejenis dari pesaing besar.

Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil Milik Mahasiswa

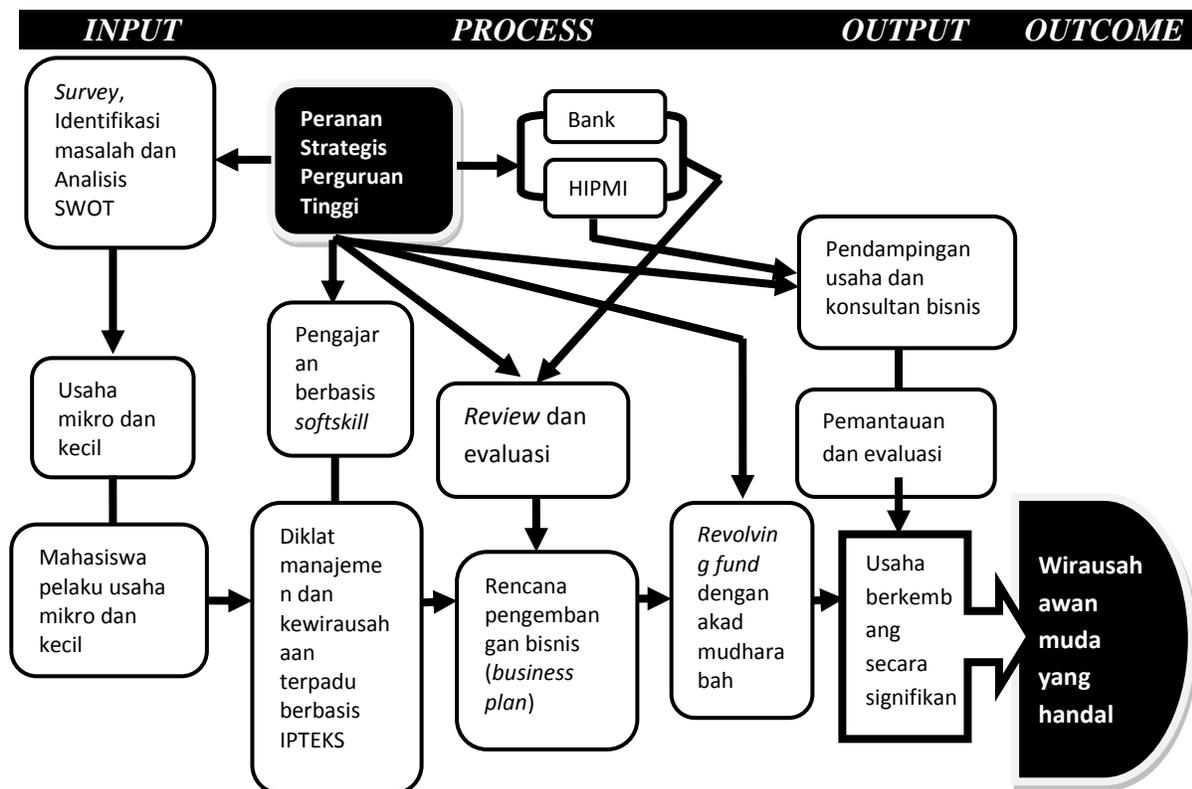
Langkah berikut-nya adalah perguruan tinggi melakukan analisis *strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threat* (SWOT) terhadap usaha mikro dan kecil milik mahasiswa sebagai dasar untuk merumuskan *grand strategy*. Tabel 3. menunjukkan hasil analisis SWOT dan rumusan *grand strategy* yang disusun berdasarkan temuan masalah internal dan masalah internal (2).

Tabel 3. Analisis SWOT dan Rumusan *Grand Strategy*

Analisis SWOT	
Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Memiliki pelanggan yang cenderung loyal ✓ Produk usaha kecil dan mikro bersifat khas dan unik (Hamid dan Sri Susilo, 2010) ✓ Cenderung tahan terhadap krisis ekonomi. ✓ Tempat usaha yang dekat dengan pelanggan ✓ Tidak banyak membutuhkan tenaga kerja dan pekerjaan cenderung <i>simple</i> (tidak rumit) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desain, <i>content</i> dan <i>packaging</i> produk kurang menarik, cenderung tidak berubah atau belum ada inovasi produk yang berarti. ✓ Akses modal rendah karena kurang <i>bankable</i> ✓ Produk cenderung kurang dikenal, karena kurang iklan dan promosi ✓ Pada kasus produk makanan dan herbal, dianggap kurang memenuhi kaidah-kaidah higienis ✓ <i>Market share</i> kecil, keuntungan relatif kecil
Rumusan <i>Grand Strategy</i>	
Peluang (O)	Ancaman (T)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Berpeluang untuk membuka pasar baru (cabang usaha) ✓ Akses bahan baku yang mudah dan terbuka luas ✓ Pertumbuhan permintaan produk semakin tinggi ✓ Kreasi dan inovasi produk memungkinkan penjualan bisa meningkat 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ancaman liberalisasi perdagangan yang didominasi produk China (Hamid dan Sri Susilo, 2010) ✓ Bunga pinjaman bank yang semakin tinggi ✓ Meningkatnya biaya produksi karena kenaikan harga BBM dan inflasi yang tinggi.
Strategi S-O	Strategi W-O
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ekspansi usaha dengan membuka cabang baru ✓ Diferensiasi dan pengembangan produk yang berorientasi kualitas (Hamid dan Sri Susilo, 2010) ✓ Mengoptimalkan persediaan bahan baku untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inovasi produk yang lebih menarik, untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan ✓ Meningkatkan akses modal melalui pinjaman bank dengan membuat <i>business plan</i> yang <i>prospectus</i> dan akurat. ✓ Meningkatkan iklan dan promosi ✓ Jaminan higienis dari dinas kesehatan atau dinas terkait (produk makanan)
Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal ✓ Mencari sumber pendanaan yang paling murah <i>cost of capital</i>-nya (misalnya, patungan) ✓ Efisiensi biaya produksi, dengan cara mengurangi pos-pos yang kurang penting atau tidak terkait dengan usaha ✓ Penggunaan teknologi untuk efisiensi dan efektifitas produksi 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mengikuti program-program Perguruan Tinggi yang terkait dengan pengembangan kewirausahaan ✓ Meningkatkan skill kewirausahaan dan manajemen usaha ✓ Mengoptimalkan modal kerja tanpa harus menambah hutang ✓ Bermitra dengan usaha menengah yang sudah <i>establish</i>.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut dapat dirumuskan strategi pengembangan usaha mikro dan kecil milik mahasiswa sebagai berikut: (1) Ekspansi usaha dengan membuka cabang baru; (2) Diferensiasi dan pengembangan produk yang berorientasi kualitas (Hamid

dan Sri Susilo, 2010); (3) Mengoptimalkan persediaan bahan baku untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat; (4) Inovasi produk yang lebih menarik, untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan; (5) Meningkatkan akses modal melalui pinjaman bank dengan membuat *business plan* yang *prospectus* dan akurat; (6) Meningkatkan iklan, promosi dan penetrasi pasar; (7) Jaminan higienis dari dinas kesehatan atau dinas terkait (produk makanan); (8) Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas local; (9) Mencari sumber pendanaan yang paling murah *cost of capital*-nya (misalnya, patungan); (10) Efisiensi biaya produksi, dengan cara mengurangi pos-pos yang kurang penting atau tidak terkait dengan usaha; (11) Penggunaan teknologi untuk efisiensi dan efektifitas produksi; (12) Mengikuti program-program Perguruan Tinggi yang terkait dengan pengembangan kewirausahaan dan (13) Meningkatkan skill kewirausahaan dan manajemen usaha; (14) Mengoptimalkan modal kerja tanpa harus menambah hutang dan (15) Bermitra dengan usaha menengah yang sudah *establish*.



Gambar 3. Model Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil Milik mahasiswa

Gambar 3 menunjukkan langkah-langkah strategis yang harus diterapkan oleh perguruan tinggi untuk mengembangkan usaha mikro dan kecil milik mahasiswa sehingga dapat dihasilkan wirausahawan muda yang handal lulusan perguruan tinggi. Langkah awal yang harus dilakukan perguruan tinggi adalah mendata (men-*survey*) beberapa hal yang terkait dengan: (i) berapa populasi mahasiswa yang sudah menjalankan dan atau merintis bisnis mikro; (ii) apa saja jenis usaha yang dikelola; dan (iii) tempat kedudukan usaha dimana. Setelah data-data tersebut diperoleh dan dikelola dijadikan sebagai dasar untuk melakukan

koordinasi antara mahasiswa pelaku usaha mikro dengan pihak perguruan tinggi. Hasil koordinasi bisa dijadikan medium untuk mengidentifikasi masalah-masalah dan kendala-kendala yang dihadapi mahasiswa dalam menjalankan usaha mikro. Setelah masalah dan kendala berhasil diidentifikasi langkah selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT terhadap bisnis mikro tersebut. Langkah-langkah tersebut dikelompokkan dalam fase *INPUT*.

Berdasarkan data-data yang sudah diperoleh dan dikelola; masalah-masalah dan analisis SWOT, selanjutnya perguruan tinggi memformulasikan strategi pengembangan usaha mikro dan kecil, yaitu: (i) pengajaran kewirausahaan dan manajemen usaha berbasis *soft skill* dan (ii) menyelenggarakan pendidikan dan latihan secara intensif, sistematis dan terpadu tentang manajemen usaha dan kewirausahaan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi. Setelah mahasiswa pelaku usaha mikro mengikuti pendidikan dan latihan secara intensif, langkah berikut-nya adalah mahasiswa diminta untuk menyusun rencana pengembangan bisnis (*business plan*) yang menjelaskan tentang prospek usaha di masa mendatang (*prospectus*). *Business plan* kemudian di-*review* dan di-evaluasi oleh tim yang beranggota pihak-pihak yang bersinergi dengan perguruan tinggi yaitu Bank dan asosiasi pengusaha muda yang bernama Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI). Bank dilibatkan dalam penilaian kelayakan *business plan* karena bank memiliki pengalaman yang panjang dan kompetensi yang dibutuhkan dalam hal pembiayaan bagi nasabah. HIPMI dilibatkan dalam penilaian kelayakan *business plan* karena HIPMI beranggotakan orang-orang yang memiliki usaha kecil dan menengah yang sudah *establish*. Langkah strategis selanjut-nya adalah perguruan tinggi memberikan kemudahan akses permodalan bagi mahasiswa pelaku usaha yang *business plan*-nya dinilai layak oleh tim penilai. Modal yang diberikan kepada mahasiswa tidak bersifat hibah, tetapi bersifat pinjaman dan modal usaha bergulir (*revolving fund*) dengan akad *mudharabah* yaitu akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100 persen) modal, sedangkan pihak lain-nya sebagai pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si-pengelola (Antonio, 2005). Langkah-langkah tersebut dikelompokkan dalam fase *PROCESS*.

Langkah strategis berikut-nya adalah perguruan tinggi melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap perkembangan usaha mikro milik mahasiswa setelah penggunaan modal tersebut. Dalam waktu yang bersamaan perguruan bersinergi dengan HIPMI melakukan pendampingan usaha dan bertindak sebagai konsultan bisnis bagi mahasiswa pelaku usaha. Langkah-langkah tersebut dikelompokkan dalam fase *OUTPUT*.

Berdasarkan langkah-langkah strategis tersebut diharapkan ke depan dapat dihasilkan wirausahawan muda yang handal lulusan perguruan tinggi yang merupakan *OUTCOME* strategis bagi institusi pendidikan tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan dalam bab Hasil dan Pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut: (1) Usaha mikro dan kecil milik mahasiswa menghadapi berbagai masalah yaitu: (i) bentuk fisik, *content* dan *packaging* produk cenderung tidak berubah atau belum ada inovasi produk yang berarti; (ii) kapasitas produksi sangat terbatas, sehingga belum bisa melayani order besar pada musim tertentu; (iii) modal usaha yang sangat kecil, karena kurang-nya akses pada bank (kendala

kolateral), sehingga kesulitan melakukan ekspansi usaha; (iv) pengelolaan usaha tidak berbasis IPTEK sehingga perkembangan usaha cenderung stagnan; (v) manajemen usaha yang bersifat *historically transmitted*, sehingga menghambat perkembangan usaha (kasus untuk jenis usaha tertentu); (vi) Skill kewirausahaan yang relatif masih rendah, sehingga usaha tidak berkembang secara optimal; (vii) Untuk jenis usaha tertentu, kesulitan dalam pembelian bahan baku, sehingga kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar yang besar dan (viii) penetapan harga produk cenderung mahal, sebagai akibat dari biaya produksi yang tinggi; (2) Masalah-masalah yang sudah diidentifikasi tersebut dijadikan sebagai dasar untuk menyusun analisis *SWOT* untuk memformulasikan *grand strategy* dan model pengembangan usaha mikro dan kecil milik mahasiswa berbasis peranan strategis perguruan tinggi (Gambar 4.3.). dan (3) Peran strategis perguruan tinggi dalam mengembangkan usaha mikro dan kecil milik mahasiswa meliputi: (a) mendata (men-*survey*) beberapa hal yang terkait dengan: (i) berapa populasi mahasiswa yang sudah menjalankan dan atau merintis bisnis mikro; (ii) apa saja jenis usaha yang dikelola; dan (iii) tempat kedudukan usaha dimana; (b) melakukan analisis *SWOT* terhadap bisnis mikro tersebut; (c) memformulasikan strategi pengembangan usaha mikro dan kecil, yaitu: (i) pengajaran kewirausahaan dan manajemen usaha berbasis *soft skill* dan (ii) menyelenggarakan pendidikan dan latihan secara intensif, sistematis dan terpadu tentang manajemen usaha dan kewirausahaan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi; (d) perguruan tinggi bersinergi dengan Bank dan HIPMI untuk keperluan evaluasi kelayakan *business plan*, pendampingan usaha dan konsultan bisnis bagi mahasiswa pelaku usaha; (e) memberikan kemudahan akses permodalan bagi mahasiswa pelaku usaha yang *business plan*-nya dinilai layak oleh tim penilai.

DAFTAR PUSTAKA

- Baron R. A and Markman G.D. (2000), "Beyond Social Capital: How Social Skill Can Enhance Entrepreneurs' Success". *Academy of Management Executive*. Vol. Februari; hal. 106-116.
- Baum J.R. and Locke E.A. (2004), "The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth", *Journal of Applied Psychology*. Vol. 89; hal.587-598.
- Bricklin D. (2001), "Natural-Born Entrepreneur". *Havard Business Review*. Vol. September; hal. 53-59.
- Calvin R.J. (2002), "Entrepreneurial Management". McGrawhill. New York.
- Florin J., Lubatkin M. and Schulze W. (2003). "A Social Capital Model of High-Growth Ventures". *Academy of Management Journal*. Vol. 46; hal. 374-384.
- Hamid E.S. dan Sri Susilo Y.(2010), "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 12; hal.45-55.

- Kuratko D., Ireland R.D., and Hornsby (2001). "Improving Firm Performance Through Entrepreneurial Actions; Acordia's Corporate Entrepreneurship Strategy", *Academy of Management Executive*. Vol. 15; hal. 60-71.
- Lumpkin G.T. and Dess G.G. (1996), "Clarifying the entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*. Vol. 21; hal. 135-72.
- Rosyadi, I (2010), "Survei Pendahuluan (*Pre-Research*) Dalam Rangka Persiapan Penelitian Tentang Kewirausahaan". *Un-Published*.
- Rosyadi, I (2012), "Karakteristik Wirausaha dan Keinginan Menjadi Wirausahawan Muda". Prosiding Konferensi Nasional. Universitas Pelita Harapan.
- R.W. Smilor (1997), "Reflections on a Subversive Activity". *Journal of Business Venturing*. Vol. 12; hal. 341-346.
- Suharyadi, Arisetyanto N., Purwanto SK., dan Maman Faturohman (2008) "Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda". Salemba Empat Jakarta.
- Shane S. and Venkataraman S. (2000), "The Promise of The Entrepreneurship as a field of Research". *Academy of Management Review*. Vol. 25; hal. 217-226.
- Thomas W. Zimmer dan Norman M. Scarborough (2008), "Kewirausahawan dan Manajemen Usaha Kecil". Salemba Empat. Jakarta.
- Yohnson (2003), "Peranan Universitas Dalam Memotivasi Sajana Menjadi Young Entrepreneurs". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 5. No.2.
- Zimmerman M. and Zeitz G. (2008), "Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building". *Academy of Management Review*. Vol. 27; hal. 414-421.