

PENINGKATAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN MELALUI PERUBAHAN STRATEGI USAHA UNTUK KINERJA, DAERAH KABUPATEN BEKASI

Etty Zuliawati Zed¹, Adilla Nastya Masaki²
ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id¹, adillanastya@gmail.com²
Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Banyak permasalahan yang terus menghambat pertumbuhan usaha kecil dan mikro di Indonesia, namun uang selalu menjadi akar permasalahannya. Kenyataannya, fenomena di sektor ini tidak menunjukkan hal tersebut; sebaliknya, permasalahan pemberdayaan, persaingan, pendidikan, dan dorongan kewirausahaan perlu ditangani dengan penekanan pada pengembangan kewirausahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan kompetensi wirausaha dengan mengubah strategi bisnis menuju kinerja berkelanjutan, sehingga mendorong eksistensi perusahaan kecil dan mikro secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga didasarkan pada makalah Dajani (2013) mengenai pemberdayaan perempuan pengusaha migran Timur Tengah. Temuan penelitian ini menyarankan agar dilakukan penyelidikan lebih lanjut mengenai dampak kewirausahaan terhadap pembangunan ekonomi seluruh masyarakat. Metode: Untuk mendukung temuan analisis deskriptif, digunakan analisis deskriptif kuantitatif. Secara khusus analisis frekuensi digunakan untuk memastikan jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan kepada 110 responden perusahaan. Temuan penelitian ini menunjukkan masih adanya kebutuhan akan perlindungan bagi pemilik usaha kecil, khususnya yang berbentuk organisasi. Temuan analisis kuantitatif menunjukkan kinerja pelaku usaha kecil dan mikro sebagian besar masih stagnan. Hal ini disebabkan kompetensi pelaku usaha masih dinilai kurang padahal strategi bisnis tetap diutamakan untuk mendongkrak kinerja usaha. Oleh karena itu, agar pelaku usaha kecil dan mikro dapat bertahan diperlukan strategi usaha yang berkelanjutan, hal ini dicapai dengan meningkatkan kompetensi para pelaku dalam berwirausaha.

Kata Kunci: UKM, Kinerja, Pengembangan Kompetensi, Strategi Usaha.

ABSTRACT

Numerous issues continue to impede the growth of small and microbusiness in Indonesia, but money is always the root cause. In actuality, the phenomena in the sector do not demonstrate this; instead, issues with empowerment, competition, education, and entrepreneurial drive need to be addressed with an emphasis on entrepreneurial development. The purpose of this research was to improve the competency of entrepreneurs by altering business strategies for sustainable performance, hence promoting the existence of small and micro companies in a sustainable manner. Aside from that, this study is based on a paper by Dajani (2013) regarding the Middle Eastern migrant women entrepreneurs' empowerment. The research findings suggest that more investigation into the effects of entrepreneurship on the economic development of the entire society. Method: In order to support the findings of the descriptive analysis, quantitative descriptive analysis was used. Specifically, frequency analysis was used to ascertain the respondents' answers to the questionnaire given to 110 company respondents. The study's findings demonstrate the continued need for protection for small business owners, particularly in the form of organizations. The quantitative analysis's findings demonstrate that small and microbusiness actors' performance is still mostly stagnant. This is because business actors' competence is still perceived as deficient, despite the fact that business strategy is given priority in order to boost business performance. Therefore, in order for small and microbusiness operators to survive, a sustainable enterprise strategy is required, and this is achieved

by raising the competency of The actors' capacity for entrepreneurship.

Keywords: SME, performance, competence development, business strategy.

PENDAHULUAN

Pemain ekonomi yang kuat dan mampu bersaing dalam skala regional, nasional, dan internasional sangat diperlukan dalam lingkungan perekonomian yang semakin cepat. Dibutuhkan pelaku ekonomi tingkat rendah dan menengah yang dapat diandalkan baik secara kuantitas maupun kualitas untuk membantu mempercepat pencapaian tujuan ini. Dengan demikian, dalam kaitannya dengan pembangunan dan pembangunan ekonomi rendah dan menengah, harus mendapat prioritas utama pembangunan baik di tingkat nasional maupun daerah. Oleh karena itu, diperlukan koherensi kebijakan perencanaan di tingkat Kabupaten Bekasi. Sasaran pembangunan ekonomi tingkat rendah harus dimasukkan di tingkat kabupaten ke dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) sebagai program, metrik, dan indikator. Untuk mempercepat realisasi tujuan pembangunan ekonomi rendah dan menengah, kebijakan dan kolaborasi antar pelaku pembangunan, yaitu pemerintah, akademisi, dan kewirausahaan, harus dikembangkan (ABG = Academic, Business & Government). Selain itu, rencana aksi yang mempertimbangkan keadaan dan permasalahan yang dihadapi masing-masing aktor harus dibuat untuk menggambarkan sinergi antar aktor. Diharapkan dengan menggunakan rencana ini, pihak-pihak terkait akan lebih berkomitmen dan jelas dalam mengatur dan melaksanakan acara dan program yang akan mempercepat pencapaian pembangunan yang diantisipasi.

Beroperasinya rantai pasok industri secara efisien berkaitan langsung dengan pemasaran elemen produksi, dan hubungan ini akan berdampak pada pertumbuhan kawasan industri. Sejauh mana hubungan antarindustri dikembangkan ditentukan oleh komponen rantai pasokan industri ini. Suatu cabang industri memiliki peluang lebih besar untuk mendorong pembangunan ekonomi regional jika semakin banyak koneksi yang dimilikinya. Berdasarkan kajian yang dilakukan sejak tahun 2010, pertumbuhan UMKM sebagian besar masih statis, dan pendidikan masih menjadi pendorong utama pembangunan ekonomi. Edukasi di industri pariwisata harus mampu mendongkrak perekonomian daerah dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas UMKM. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang luas dan analisis yang mendalam untuk memaksimalkan peningkatan perekonomian melalui peningkatan tingkat kompetensi UMKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model peningkatan kompetensi UMKM dan rencana bisnis untuk kesuksesan jangka panjang.

Membangun kembali pengembangan model berupa program pemberdayaan usaha kecil dan mikro berbasis strategi perubahan bisnis menjadi tujuan utama penelitian ini. Hal ini memungkinkan terciptanya model yang lebih sesuai dengan ciri-ciri masyarakat dan budaya setempat serta direncanakan secara terpadu yang memaksimalkan potensi sumber daya lokal, dimulai dari strukturnya. sebuah organisasi yang dapat terhubung dengan pemangku kepentingan dan pihak berkepentingan lainnya dengan menggunakan upaya gabungan dari tiga pilar penelitian dan pengembangan—akademisi, pemerintah, dan pengusaha—untuk mensinergikan pelaku ekonomi dan perekonomian lokal. Meskipun program dan kegiatan telah dilaksanakan selama ini, namun masih terdapat kekurangan dalam hal persiapan, pelaksanaan, pengawasan, dan tindak lanjut temuan penilaian. Jika dicermati, Anda tidak akan menemukan perbaikan apa pun, dan administrasi serta integrasi inisiatif pembangunan lainnya, serta potensi aliansi atau sinergi dengan pihak terkait atau kelompok terkait lainnya, belum berada pada kondisi terbaiknya.

Kemampuan seseorang, suatu lembaga, atau suatu sistem untuk melaksanakan tugas atau menggunakan kekuasaannya guna mencapai tujuannya dengan sukses dan efisien dikenal dengan istilah kompetensi sumber daya manusia. Sangat penting untuk melihat kompetensi sebagai kapasitas untuk melakukan, menghasilkan keluaran, dan menghasilkan hasil. Tjiptoherijanto (2001) dalam Alimbudiono & Fidelis (2004) dalam Desi dan Ertambang (2008) menyatakan bahwa derajat tanggung jawab dan kompetensi sumber daya tersebut dapat digunakan untuk menentukan kompetensi dan kualitas sumber daya manusia dalam menjalankan suatu fungsi. Perusahaan juga harus berupaya memajukan sumber daya manusianya. Karyawan dapat secara efektif melakukan tugas mereka saat ini dan bersiap untuk tugas di masa depan dengan bantuan pelatihan dan pengembangan. Tinjauan kinerja sangat penting untuk memverifikasi efektivitas program pelatihan dan memvalidasi inisiatif instrumen seleksi, memilih kenaikan gaji dan promosi, dan mencari tahu apakah pelatihan diperlukan (Griffin, 2004).

Konsep Perubahan Strategi Usaha

Tiga lingkungan persaingan yang berbeda—persaingan sempurna, monopoli murni, dan persaingan tidak sempurna—merupakan landasan bagi intensitas persaingan. Pasar yang persaingannya sempurna mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: 1) Tidak ada perbedaan produk; 2) Pengetahuan perusahaan yang sama; 3) Tidak ada hambatan masuk; dan 4) Tidak ada hambatan keluar. 5. Pemandatan atom. Sebaliknya, pasar monopoli tidak memiliki persaingan karena hanya ada satu penjual, produk yang ditawarkan unik, tidak ada barang pengganti, dan pelanggan terpaksa membeli dari satu penjual tersebut untuk membeli suatu produk. Lingkungan persaingan monopolistik dan persaingan sempurna mempunyai persaingan yang sangat sengit; keduanya memiliki sejumlah besar bisnis yang berfungsi, yang dapat menyebabkan persaingan yang ketat, dan diperlukan strategi bersaing yang lebih kuat untuk memenangkan persaingan ini.

Untuk menilai keberhasilan penerapan strategi dan mendukung pengambilan keputusan, wirausahawan menginginkan informasi manajemen yang tepat. Penerapan penyesuaian manajemen diperkirakan akan meningkatkan operasi bisnis di teknologi informasi dan pasar yang kompetitif. di mana kelangsungan hidup bergantung pada mengetahui pengeluaran dan mengukur kinerja. Upaya pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk secara konsisten meningkatkan kinerja UMKM, termasuk peningkatan kompetensi dan karakter melalui pendidikan, pelatihan, keterampilan, dan pendampingan, belum berhasil. Hal ini merupakan akibat dari kebijakan program yang diterapkan yang bersifat top-down, interim, dan sementara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif. Skema pengelolaan usaha kecil yang kompetitif dan berkelanjutan dapat ditentukan dengan menggunakan faktor-faktor penelitian yang diambil dari konsep kinerja UMKM, pertumbuhan kompetensi kewirausahaan, dan perubahan strategi bisnis. Variabel dan ukuran variabel dijelaskan lebih lanjut dalam tabel berikut untuk memastikan bahwa model yang dihasilkan dapat diukur dan didasarkan pada konsep yang solid :

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kinerja UMKM	tingkat loyalitas konsumen	Skala Likert
	tingkat kepuasan konsumen	Skala Likert
	tingkat penjualan	Skala Likert
	pangsa pasar	Skala Likert
Perubahan	Perubahan produk	Skala Likert
	Perubahan layanan	Skala Likert
Strategi	Perubahan distribusi	Skala Likert
	Motivasi wirausaha	Skala Likert
Kompetensi	Pengalaman	Skala Likert
Wirausaha	Kreativitas	Skala Likert
	Kemampuan intelektual	Skala Likert
	Kemampuan emosional	Skala Likert

Teknis Analisis

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan dalam proses analisis. Untuk mengetahui persepsi responden terhadap variabel dan indikator dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk menjelaskan hubungan antar variabel berdasarkan pendapat atau pemikiran responden (pelaku UMKM). Partisipan dalam penelitian ini meliputi pemilik usaha kecil, menengah, dan mikro. Purposive sampling digunakan dalam teknik pengambilan sampel untuk memfasilitasi pengembangan kompetensi UMKM dalam proses perubahan strategi bisnis. Selain itu, strategi dokumentasi digunakan untuk memenuhi persyaratan analisis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif pada tabel (distribusi frekuensi) menunjukkan persepsi responden terhadap subjek penelitiannya. Variabel/konstruk laten yang diteliti adalah: Peningkatan Kompetensi (X1), Strategi Bisnis (Y1), dan Kinerja (Y2). Temuan tabulasi skor respon responden menghasilkan distribusi frekuensi variabel. Tabel berikut menunjukkan landasan interpretasi skor item kuesioner pada variabel penelitian.

Variabel	Indikator	Jumlah Item	Mean
Kinerja UMKM (Y2)	tingkat loyalitas konsumen (Y2.1)	2 item	3.60
	tingkat kepuasan konsumen (Y2.2)	2 item	4.20
	tingkat penjualan (Y2.3)	2 item	4.07
	pangsa pasar (Y2.4)	2 item	4.02
Mean Variabel			3.86
Strategi Usaha (Y1)	Perubahan Produk (Y1.1)	3 item	3.56
	Perubahan Layanan (Y1.2)	3 item	3.57
	Perubahan Distribusi (Y1.3)	3 item	3.50
Mean Variabel			3.57
Kompetensi (X1)	Motivasi Wirausaha (X1.1)	3 item	3.59
	Pengalaman (X1.2)	3 item	3.91
	Kreativitas (X1.3)	3 item	3.66
	Kemampuan Intelektual (X1.4)	4 item	3.92
	Kemampuan Emosional (X1.5)	3 item	3.73
Mean Variabel			3.65

Dengan nilai sebesar 4,20, indikator tertinggi variabel kinerja UMKM adalah derajat kepuasan konsumen. Indikator kedua yaitu tingkat penjualan mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,07, ketiga indikator pangsa pasar mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,02, dan tingkat loyalitas pelanggan mempunyai nilai rata-rata sebesar 3,60. Nilai mean variabel sebesar 3,86 menunjukkan bahwa kinerja UMKM cukup baik, hal ini dapat disimpulkan dari analisis tersebut. Namun kinerja ini masih perlu ditingkatkan. Kinerja berkelanjutan merupakan hasil optimalisasi kinerja UMKM dalam konteks ini. Mengingat kompleksitas permasalahan ke depan, para pelaku usaha harus lebih kreatif dalam meningkatkan kinerja demi kelangsungan perusahaannya dalam jangka panjang.

Nilai mean variabel Strategi Bisnis sebesar 3,57. Skor yang terbilang seadanya ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM umumnya masih menggunakan teknik bisnis tradisional dan bahkan belum mempertimbangkan untuk membuat rencana bisnis berkelanjutan. Nilai rata-rata setiap indikasi pada variabel strategi bisnis menunjukkan hal tersebut. Nilai mean indikator perubahan produk pertama sebesar 3,56. Indikator ini secara umum melihat ketersediaan barang baru, penciptaannya, dan penyediaan produk berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan konsumen. Nilai mean sebesar 3,57 dimiliki oleh indikator ketiga perubahan distribusi dan indikator kedua modifikasi layanan. Oleh karena itu, selama ini UMKM hanya menjalankan usaha tradisional, pada umumnya mereka hanya ingin mampu menghidupi diri sendiri dan kebutuhan sehari-hari.

Nilai rata-rata variabel peningkatan kompetensi sebesar 3,65. Nilai keseluruhan variabel lebih besar dari 3,5 menunjukkan bahwa responden menilai peningkatan kompetensi UMKM cukup baik. Variabel ini memuat lima indikator, yang keempat adalah motivasi berwirausaha yang memiliki nilai mean terendah (3,59) dari seluruh indikator yang berkaitan dengan peningkatan kompetensi. Hal ini menunjukkan bahwa insentif pengusaha untuk menjalankan usaha mereka dengan baik dan menguntungkan masih di bawah standar, terutama dorongan mereka untuk terus belajar dari kegagalan mereka. Dengan nilai mean sebesar 3,66, indikator kreativitas ketiga mempunyai skor terendah kedua. Hal ini

menunjukkan bahwa pengusaha pada umumnya mengelola perusahaannya dengan cara yang tidak kreatif, terbukti dari item kuesioner dengan nilai rata-rata 3,3 yang berhubungan dengan memaksimalkan penggunaan kreativitas. Dengan nilai rata-rata masing-masing sebesar 3,92 dan 3,91, indikator yang memiliki nilai tertinggi adalah indikator terkait kapasitas intelektual dan pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat responden mengenai pentingnya pengalaman dan keterampilan manajemen bisnis sebagai prasyarat untuk menjalankan suatu perusahaan patut diperhatikan.

Hal ini menandakan bahwa peningkatan motivasi yang kuat pada wirausaha perlu dilakukan secara lebih serius. Hal ini dapat dicapai dengan menawarkan pelatihan kreatif yang efektif.

KESIMPULAN

Partisipasi semua pihak dalam pemberdayaan UMKM tetap perlu dioptimalkan untuk mencapai kesuksesan berkelanjutan. Cara pandang pelaku usaha terhadap pemberdayaan menunjukkan hal tersebut. Bagi pelaku usaha tertentu, masih kurangnya pemahaman mengenai strategi perusahaan. Hal ini terlihat dari bagaimana pelaku usaha memandang strategi yang telah diterapkan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil masih belum berada pada level terbaik dalam menjalankan strategi bisnisnya, terutama dalam hal layanan konsumen, peningkatan produk, dan layanan distribusi. Seiring berkembangnya kompetensi para pelaku perusahaan, masih besar peluang rencana bisnis ini dapat dioptimalkan.

Diketahui bahwa berdasarkan penilaian responden terhadap tingkat kompetensi kewirausahaan, tingkat peningkatan kompetensi tersebut masih di bawah standar UMKM, khususnya dalam hal peningkatan motivasi berwirausaha. Meskipun responden merasa bahwa pengalaman mereka saat ini sudah cukup, namun pengalaman sangat penting bagi calon wirausaha. Meskipun beberapa responden menyatakan keraguan mengenai pengalaman mereka saat ini, secara keseluruhan, responden merasa yakin dengan pengalaman mereka. Namun diakui secara luas bahwa usaha kecil tidak dapat berfungsi secara berkelanjutan tanpa pengalaman.

Saran

Pemerintah diharapkan lebih proaktif dalam memberdayakan sumber daya manusia pelaku UMKM sekaligus melakukan peningkatan kinerja UMKM. Aliansi bisnis dapat dibentuk untuk memberdayakan UMKM. Asosiasi untuk bisnis terkait harus diciptakan untuk efektivitas yang lebih besar. Dengan membentuk kelompok usaha yang sebanding, para pelaku usaha dapat berkomunikasi lebih efektif satu sama lain. Data tentang pelaku usaha harus sering diperbarui dalam proses pendataan. Selain itu, data yang akurat dapat digunakan untuk melatih pelaku usaha menjadi lebih kompeten sehingga dapat menyempurnakan perencanaan perusahaan. Brainstorming dengan para pelaku bisnis sukses dapat membantu untuk lebih mengoptimalkan motivasi berwirausaha. Analisis perbandingan ini dapat dilakukan baik di dalam maupun di luar Kabupaten Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Dajani, Haya, and Susan Marlow. "Empowerment and entrepreneurship: a theoretical framework." *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 19.5 (2013): 503-524.
- Alwi, Syafaruddin, 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi Keunggulan Kompetitif*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.

- Aragón-Sánchez, A., & Sánchez-Marín, G. (2005). Strategic management orientation, characteristics, and performance: A study of Spanish SMEs. *Journal of Small Business Management*, 43(3), 287-308.
- Benu, Fredrik, (2002:1-22), Kerakyatan dan Ekonomi Pemberdayaan Ekonomi Rakyat: Suatu Kajian Konseptual. Artikal Seminar Pemberdayaan Ekonomi Rakyat di Provinsi /WTdi Hotel Kristal Kupang.
- Chen, M. H., & Chang, Y. Y. (2013). The impacts of human capital in enhancing new venture's Competence, performance: motivation and creativity. *Journal of Knowledge-based Innovation in China*, 5(2), 146-168.
- Erstad, Margaret, 1997, Empowerment and Organizational Change, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9/7 (1997) pp. 325 – 333, MCB University Press.
- Mobley, William H., Lena Wang and Kate Fang, 2005, Organizational Culture: Measuring and Developing it in Your Organization, Knowledge @ CEIBS, Summer 2005
- Mubyarto (2002), Kajian Strategis Indikator Kemiskinan, Penerbit Propinsi Jawa Tengah.
- Newstrom, John W., Keith Davis, 1997, Organization Behavior, The McGraw Hill Inc, Singapore.
- Nugroho, Ganjar, (2000), Ketegangan anantara Individualitas dan Sosialitas (Memahami Logika Pedagang Mojokuto), *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, Vol 4, No.1, Juli. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univesitas Yogyakarta.
- Raymond, L., & Bergeron, F. (2008). Enabling the business strategy of SMEs through e-business capabilities: A strategic alignment perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 108(5), 577-595.
- Soekartawi, (1997) Strategi Mengentas Kemiskinan di Indonesia Melalui Impres Desa Tertinggal, *Jurnal Studi Indonesia* Vol. 7. No.2. Agustus.
- Spellerberg A, (2001), Framework for the Measurement of Social Capital in New Zealand, Research and Analytical Report, Nol4, Statistics New Zealand, Wellington.