

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN UMKM SEPATU DI SENTRA INDUSTRI SIDOARJO (Studi Kasus Desa Seruni Kec. Gedangan Kab. Sidoarjo)

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN UMKM SEPATU DI SENTRA INDUSTRI SIDOARJO (Studi Kasus Desa Seruni Kec. Gedangan Kab. Sidoarjo)**

**Toni Siswanto**

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Surabaya, e-mail : [tonisiswanto41@gmail.com](mailto:tonisiswanto41@gmail.com)

**Kirwani**

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Surabaya, e-mail : [kirwaniaja@yahoo.co.id](mailto:kirwaniaja@yahoo.co.id)

**Abstrak**

UMKM adalah salah satu Upaya Pemerintah untuk menuntaskan permasalahan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan Daerah. Kabupaten Sidoarjo merupakan pemilik jumlah UMKM terbanyak di Jawa Timur. Salah satu Sentra UMKMnya adalah di Desa Seruni, dimana disini terdapat lebih dari 25 pengusaha sepatu yang telah memasarkan produknya hingga kuluar kota Sidoarjo. Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengalami perkembangan yang baik. oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM dan Faktor yang paling dominan di Desa Seruni. Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif dengan subjek penelitian pengusaha sepatu di desa seruni dan objek penelitiannya adalah perkembangan UMKM. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Tehnik pengumpulan datanya menggunakan Wawancara, Observasi dan Dokumentasi dengan uji keabsahan data menggunakan Triangulasi. Hasil Penelitian yang telah dilakukan adalah Faktor faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Desa Seruni ada 3 yaitu Permodalan, Tenaga Kerja dan Pemasaran. Menurut pelaku usaha disana permodalan memiliki peran dalam mengembangkan usahanya. Selain itu dengan tenaga kerja yang berpengalaman juga akan mempengaruhi produk yang dihasilkan. Kemudian pemasaran juga tidak kalah penting dalam mempengaruhi perkembangan usaha. Dari ketiga Faktor diatas Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi perkembangan UMKM adalah modal, karena menurut 5 dari 10 orang pengusaha yang diwawancara mengatakan bahwa modal adalah hal utama yang harus ada untuk melakukan usaha. Sehingga tanpa adanya modal, usaha tidak akan dapat berkembang dengan baik.

**Kata Kunci :** Faktor, UMKM, Perkembangan UMKM

**Abstract**

UMKM is one of Government Effort to complete about problem employment and Region revenue enhancement. Sidoarjo's regency constitute UMKM'S amount owner majority at Javanese East. One of sentra UMKM is at seruni's Village, where in here available more than 25 shoed entrepreneurs already market its product until i am Sidoarjo's countrysides. Little Micro effort and Intermediate experience good developing. therefore aim of this research is subject to be menganalisis factor that regard UMKM'S developing and the most Factor dominant at seruni's Village. This research constitute Descriptive research with subjek shoed entrepreneur research at silvan seruni and its research object is formative UMKM. Data source that is utilized is primary data. Techincs its data collecting utilizes Interview, Observation and Documentation by tests data authenticity utilize Triangulation. Observational result already been done is factor that regard UMKM'S developing at Silvan seruni there is 3 which is about capitals, Labour and Marketing. According to effort agent over there about capital have role in develop its effort. Besides with experienced labour will also regard resulting product. Then marketing not also essential defeat in regard effort developing. Of drd Factor upon the most Factor dominant deep regard developing UMKM is capital, since terminologaling 5 of 10 entrepreneurs which interviewing to say that capital is main thing that shall there is to do effort. So without marks sense capital, effort won't get amends with every consideration.

**Keyword:** Factor, UMKM, UMKM'S developing

**PENDAHULUAN**

Usaha mikro kecil Menengah atau yang sering disebut dengan UMKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu pula yang terjadi di Indonesia. UMKM memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian bangsa, seperti pertumbuhan ekonomi, pengurangan kemiskinan, demokratisasi ekonomi, penciptaan lapangan kerja, penguatan *industrial base*, penguatan struktur ekonomi lokal, keseimbangan antar sektor dan subsektor, serta serangkaian sasaran-sasaran sosial dalam pembangunan nasional. Sejak diberlakukannya Undang Undang No.25 tahun 2001 tentang kebijakan pembangunan sektor riil

atau sektor penghasil barang dengan melaksanakan program pembangunan ekonomi nasional dalam jangka menengah, membuat sektor industri pada UMKM menjadi fokus perhatian pemerintah Indonesia dalam mengembangkan sektor riil, pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia.

Kebijakan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diarahkan pada pemberdayaan yang memprioritaskan pembinaan dan pengembangan industri dagang menggunakan bahan baku yang berasal dari sumber daya alam dan industri pendukungnya untuk pasar dalam dan luar negeri seperti argoindustri, kerajinan, keramik, dan gerabah. Maka dari itu, kebijakan

pengembangan dan pemberdayaan UMKM dalam pemulihian ekonomi nasional harus segera diimplementasikan secara nyata dengan kebijakan-kebijakan yang tepat sasaran. Karena sektor industri UMKM diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan.

Kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu kota dengan jumlah UMKM terbanyak juga merasakan pentingnya keberadaan UMKM bagi daerahnya. Indikator pendukung peningkatan sektor ekonomi Kabupaten Sidoarjo tidak terlepas dari beberapa aspek utama yang berhubungan dengan UMKM, yaitu penguatan dan perluasan lembaga-lembaga ekonomi mikro kecil dan menengah, pemberdayaan kelompok keswadayaan dan bantuan masyarakat, serta perluasan investasi. Terdapat 171.264 UMKM yang ada di Sidoarjo, dan 6% diantaranya bergerak di bidang industri sepatu, salah satunya adalah desa Seruni. (Dinas Koperasi dan UMKM)

Desa Seruni Kecamatan Gedangan merupakan salah satu wilayah yang memiliki sentra industri sepatu terbesar di Sidoarjo. Di Desa Seruni, terdapat lebih dari 25 pengusaha sepatu rumahan dan telah memasarkan produknya hingga luar Kabupaten Sidoarjo. Produk sepatu yang dihasilkan merupakan produk unggulan dan sudah diakui oleh Pemerintah Pusat, namun industri sepatu Desa Seruni kurang begitu dikenal jika dibandingkan dengan produk sepatu dari wilayah Wedoro dan Tanggulangin, hal ini dikarenakan masih kurangnya pengelolaan produk sehingga kalah dengan Desa lain.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan di desa seruni ditemukan bahwa UMKM disana mengalami perkembangan yang baik, hal ini diketahui dengan semakin banyaknya pengusaha - pengusaha baru yang terus bermunculan, tidak sedikit distributor diluar desa Seruni yang mengambil produk di sana, dan juga meluasnya produksi dari yang awalnya hanya produksi sepatu saat ini juga memproduksi sandal. Hal ini bertolak belakang jika dilihat dari sisi permodalannya, pengusaha disana bisa dikatakan sangat minim modal.

Penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2012) yang berjudul pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga menerangkan bahwa akses modal, dan strategi pemasaran, berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM karena hal ini sangat berkaitan erat dengan perkembangan usaha dengan terbatasnya modal dapat mempengaruhi sistem pemasaran. Dengan modal yang sedikit maka para pengusaha akan kesusahan dalam pemasaran produknya dan dapat menghambat produktivitas usaha karena akses pasar yang dituju tidak dapat tercapai. Padahal berhasil atau tidaknya sistem pemasaran biasanya dilihat dari pemasaran produk itu sendiri, harga yang bersaing, promosi yang variatif dan inovatif serta tempat yang mudah dijangkau oleh pembeli hal tersebut akan semakin memperkuat dan dapat mempermudah untuk memperkenalkan produksi sepatu tersebut.

Selain itu berhasil atau tidaknya suatu penjualan produk juga tergantung pada kemampuan dan keahlian pengusaha di bidang pengelolaan usaha. Dalam memulai menjalankan suatu usaha perlu adanya rencana strategi pemasaran agar dapat mensosialisasikan produknya kepada pangsa pasar dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha, perkembangan usaha serta mendapatkan laba. Oleh karena itu tenaga kerja yang ahli dalam pengolahan usaha sangat diperlukan.

Menurut Indriyatni (2013) menerangkan bahwa skill/kemampuan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga kerja berperan penting dalam mendorong perkembangan UMKM. Hal yang harus dimiliki oleh seorang tenaga kerja yaitu skill, karena hal itu merupakan sebuah modal yang harus dimiliki agar dapat menjadi seorang tenaga kerja yang produktif. Ukuran tingkat produktivitas bisa diketahui dari lamanya tenaga kerja tersebut bekerja dan pengalaman. Misalnya, seorang tenaga kerja yang bekerja selama 5 tahun akan lebih berpengalaman dibandingkan dengan yang bekerja selama 2 tahun. Dalam hal ini pengusaha di Desa Seruni harus mengeluarkan modal besar untuk membayar para tenaga ahli dari luar kota karena tenaga kerja lokal kurang profesional dan inovatif dalam melakukan usaha. Padahal dilihat dari sisi modal, dana mereka sangat minim untuk menngaji tenaga kerja.

Modal usaha, tenaga kerja dan sistem pemasaran adalah rangkaian usaha yang diperlukan untuk melakukan awal suatu kegiatan usaha, Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukur finasial atas usaha yang dilakukan. Mengingat kemampuan untuk membeli bahan baku sepatu yang berkualitas, membayar tenaga kerja, pengelolaan usaha dalam pemasaran juga terbatas. Sedangkan permintaan sepatu semakin meningkat sehingga pengrajin tidak bisa optimal dalam memasarkan dan memenuhi permintaan pelanggan.

Dari kondisi tersebut, perlu diadakan penelitian untuk mengetahui apakah pertumbuhan UMKM dipengaruhi oleh modal, skill tenaga kerja, strategi pemasaran. Dengan demikian maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM Sepatu di Sentra Industri Sidoarjo”**

## METODE

Penelitian yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2012), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Metode penelitian deskriptif mampu menggali informasi dan menggambarkan fenomena fenomena yang ada dan masih berlangsung pada saat ini atau saat lampau, hal ini sesuai dengan tujuan dimana peneliti ingin menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM Sepatu di Desa Seruni dan juga untuk menganalisis faktor-faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi perkembangan UMKM di Desa Seruni.

## A. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan terfokus hanya di Desa Seruni, Kecamatan Gedangan Kab. Sidoarjo saja selaku salah satu sentra industri di bidang perkulakan sepatu.

### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan maret 2016 sampai Juli 2016, waktu penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan data yang dibutuhkan mengenai responden hingga analisis data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

## B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah semua Pengusaha sepatu yang ada di Desa Seruni. Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013:218), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode pengambilan sampel ini digunakan untuk memperoleh informasi atau data secara maksimal sesuai dengan kebutuhan peneliti. Dalam penelitian ini semua pengusaha Sepatu di Desa Seruni adalah subjek dalam penelitian ini sedangkan objek dalam penelitian ini adalah perkembangan UMKM sepatu yang ada di Desa Seruni.

## C. Sumber dan Data Penelitian

### Data Primer

Dalam penelitian ini data yang di ambil hanya menggunakan data primer saja, menurut Sugiyono (2013:193), data primer adalah sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data, yaitu peneliti langsung ke tempat penelitian dan mencari jawaban kepada narasumber. Dalam hal ini sumber data primer berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

### D. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 222) peneliti merupakan instrumen penelitian utama. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrumen juga harus siap melakukan penelitian yang selanjutnya akan terjun ke lapangan. Hal yang harus dimengerti oleh peneliti sebagai instrumen meliputi pemahaman metode penelitian, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik akademik maupun logistiknya. dalam penelitian ini instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun setelah fokus penelitian jelas, memungkinkan adanya instrumen penelitian tambahan sederhana yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Sehingga instrumen lainnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara, kamera dan perekam suara. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010:265), instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh

peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan diper mudah olehnya (alat bantu). Berikut ini adalah beberapa alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu:

### 1. Pedoman Observasi

Dalam melakukan observasi peneliti menggunakan pedoman observasi untuk mengetahui dan memahami Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan. Adapun Kisi-kisi observasi yang dilakukan adalah:

Tabel 3.1 Kisi-kisi Observasi

NO	PERTANYAAN
1	Mengamati kegiatan usaha yang ada di Desa Seruni
2	Mengamati permasalahan yang ada di Desa Seruni
3	Mengamati perkembangan yang ada di desa Seruni

Sumber: diolah penulis dari berbagai sumber, 2016

### 2. Pedoman Wawancara

Pertanyaan yang akan ditanyakan pada saat wawancara tersusun dalam Kisi-kisi Wawancara, hal ini dilakukan agar wawancara terarah dan apa yang dibahas tidak melebar ke ranah lain. Adapun Kisi-kisi wawancara adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kisi-kisi wawancara

NO	PERTANYAAN
1	Bagaimana Perkembangan UMKM yang ada di Desa Seruni?
2	Faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Desa Seruni?
3	Apa saja kendala yang dihadapi oleh Pengusaha di Desa Seruni?
	Apa saja upaya yang dilakukan untuk mengembangkan UMKM Sepatu di Desa Seruni?

Sumber: diolah penulis dari berbagai sumber, 2016

## E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

1. Teknik Wawancara, Menurut Sugiyono (2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu. Sedangkan menurut (Purhantara, 2010:82) Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan subjek penelitian. Dalam melakukan wawancara yang

lebih mendalam ini, peneliti akan membuat catatan yang berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber kemudian mencatatnya.

2. Teknik Pengamatan / *Observasi*, Sugiyono (2013:145) mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan daningatan. Arikunto (2010:199) mengemukakan bahwa observasi adalah kegiatan pemuatan perhatian terhadap semua objek dengan menggunakan seluruh alat indra (penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan, dan pengecap). Disini peneliti mengumpulkan data dengan cara mencatat perilaku dan kejadian yang berhasil ditangkap oleh peneliti karena peneliti bersifat pasif. Teknik observasi ini dilakukan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara.
3. Teknik Dokumentasi, Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bias berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244).

1. Reduksi Data adalah Mereduksi data atau merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya sehingga terbentuk suatu pola atau hal yang fokus diteliti oleh peneliti. Penelitian ini memfokuskan pada Faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Desa Seruni
2. Display data yakni proses mendisiplaikan data-data yang diperoleh dari lapangan. Data display yakni mengorganisir data, menyusun data dalam suatu pola hubungan sehingga semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pembaca pada akhirnya
3. Verifikasi Data adalah langkah ketiga dalam analisis data kualitatif yakni penarikan

kesimpulan. Analisis dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data periode tertentu.

Dalam tahap verifikasi atau penarikan kesimpulan ini peneliti akan menjabarkan faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan usaha yang ada di Desa Seruni. Setelah penjabaran ini diharapkan pembaca dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Sepatu yang ada di tiap Daerah.

#### **G. Uji Keabsahan Data Triangulasi Data**

Penilaian keabsahan penelitian terjadi pada waktu proses pengumpulan data, dan untuk menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Menurut Purhantara (2010: 102) metode triangulasi merupakan proses membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Dalam hal ini peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Triangulasi sumber adalah menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda (Purhantara, 2010:102). Dimana penulis menggunakan wawancara lalu dicek dengan observasi, atau dokumenter. Kredibilitas penelitian kualitatif dapat menentukan proses dan hasil akhir sehingga dapat diterima dan dipercaya. Sedangkan Menurut Sugiyono (2010:464), triangulasi digunakan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Tujuan triangulasi dari penelitian ini adalah untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena sehingga data yang diperoleh akan lebih konsisten dan pasti. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2010:465). Seperti dalam penelitian ini, tidak hanya mendapatkan dari satu pemilik usaha, tetapi mengambil data dari pemilik usaha sejenis yang ada di Seruni. Beberapa sumber data tersebut kemudian dideskripsikan, dikategorikan, dan disimpulkan perbandingannya.

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Teknik triangulasi ini menggunakan observasi, dokumentasi, kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda (Sugiyono, 2010:465).

Sedangkan triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang

dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya. (Sugiyono, 2010:466).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengusaha sepatu yang ada di Desa Seruni dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah usaha terus meningkat dilihat dari mulai banyaknya pengusaha baru dari tahun 1980 sampai dengan sekarang, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya tempat usaha baru dan jumlah produksi yang terus meningkat. Berikut ini adalah data para pengusaha dan awal tahun beroperasinya :

**Tabel 4.2** Tahun Mulai Beroperasi

No	Pemilik Usaha	Tahun beroperasi
1	H. Annas	1983
2	H. Farihin	1994
3	H. Ichwan	1994
4	Gemut	1994
5	Latif Anwar	1995
6	Heri	2000
7	Dian Ardiansyah	2001
8	Muhaimin	2001
9	Farhan	2004
10	Hariyoso	2013

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah tempat usaha di Desa seruni terus meningkat dilihat dari tahun 1980 hingga sekarang masih banyak pengusaha baru yang masih membuka usaha sepatu di Desa seruni. Sementara untuk jumlah produksi yang di hasilkan masing masing pengusaha masih sangat bervariasi. Berikut ini adalah jumlah produksi sepatu yang dihasilkan oleh para pengusaha :

	Pemilik	Tahun 2014	Tahun 2015	
1	H. Annas	5500 biji	6000 biji	Meningkat
2	H. Farihin	4000 biji	4500 biji	Meningkat
3	Heri	4650 biji	5000 biji	Meningkat
4	Gemut	3000 biji	3000 biji	Tetap
5	H. Ichwan	5800 biji	6000 biji	Meningkat
6	Dian Ardiansyah	4500 biji	5000 biji	Meningkat
7	Muhaimin	3000 biji	3000 biji	Tetap
8	Farhan	2000 biji	2000 biji	Tetap
9	Latif anwar	3500 biji	4000 biji	Meningkat
10	Hariyoso	3500 biji	4000 biji	Meningkat

Dari data diatas diketahui bahwa jumlah rata-rata produksi per tahun sangat bervariasi mulai dari 2000 biji sampai 6000 biji per tahunnya, perbedaan jumlah produksi ini di dasarkan pada target pasar yang di tuju dan juga peralatan membuat sepatu yang berbeda. Semakin canggih peralatan maka jumlah produksi sepatu yang di buat juga akan semakin banyak. Peningkatan jumlah produksi yang ada dikarenakan pengusaha terus melakukan inovasi baru guna meningkatkan kualitas produk, sedangkan pengusaha yang tidak mengalami peningkatan awalnya terjadi sedikit masalah sehingga tujuan mereka saat ini hanyalah untuk bertahan hingga usaha mereka lancar kembali. Kemudian dari jumlah produksi tersebut dapat diketahui kisaran omset pertahunnya adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.4** Omzet Pengusaha per Tahun

No	Nama Pemilik	Omzet per tahun		Keterangan
		2014	2015	
1	H. Annas	200.000.000	250.000.000	Meningkat
2	H. Farihin	110.000.000	145.000.000	Meningkat
3	Heri	145.000.000	150.000.000	Meningkat
4	Gemut	100.000.000	100.000.000	Tetap
5	H. Ichwan	240.000.000	300.000.000	Meningkat
6	Dian Ardiansyah	180.000.000	200.000.000	Meningkat
7	Muhaimin	150.000.000	150.000.000	Tetap
8	Farhan	100.000.000	100.000.000	Tetap
9	Latif anwar	150.000.000	180.000.000	Meningkat
15	Hariyoso	100.000.000	120.000.000	Meningkat

Dari data diatas dapat di terangkan bahwa dari jumlah produksi yang bervariasi maka omset yang didapat per tahun pun juga bervariasi, tergantung jenis sepatu yang di pesan dan juga harga sepatu di pasaran. Omset pengusaha per tahun berkisar antara 80 juta hingga 300 juta tergantung ramai tidaknya pesanan.

**Tabel 4.3** Jumlah Unit Produksi

No	Nama	Jumlah Produksi	Pembahasan
			keterangan

## 1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM Sepatu di Desa Seruni

UMKM Sepatu yang ada di Desa Seruni Kabupaten Sidoarjo sudah ada sejak lama dan merupakan usaha yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat desa setempat dan juga pendapatan daerahnya. Sampai saat ini ada sekitar 25 jumlah unit usaha yang berkembang di daerah seruni namun beberapa usaha masih berskala kecil karena masih merintis usaha.

Dalam perkembangannya tidak semua pengusaha dapat melakukan usaha dengan lancar, banyak berbagai kendala yang dihadapi oleh pengusaha, apalagi bagi mereka yang baru merintis usaha, pasti akan kalah dengan pengusaha yang sudah maju dan berkembang, dilihat dari sisi permodalan, tenaga kerja dan pemasaran sudah pasti jauh berbeda. Hal ini mengakibatkan ketimpangan antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Bagi pengusaha besar sudah pasti sangat mudah untuk berkembang, sedangkan bagi pengusaha kecil untuk berkembang memerlukan usaha yang ekstra.

Berbagai kendala yang dihadapi pengusaha sala satunya adalah permodalan karena faktor ini adalah faktor yang paten dan harus ada dalam setiap usaha, dengan adanya modal awal yang cukup pengusaha dapat memulai usaha dan memproduksi Sepatu. Namun pada faktanya kesulitan modal tetap menjadi kendala utama, apalagi menjelang hari raya dan tahun baru karena permintaan yang meningkat sementara modal yang digunakan terbatas dan pada akhirnya para pengusaha meminjam gaji karyawan sebagai dana talangan usaha.

Kemudian kendala selanjutnya adalah tenaga kerja yang tidak pasti, hal tersebut terjadi karena banyak pekerja yang sering keluar masuk dengan alasan ingin membuka usaha sendiri ataupun dengan alasan tidak betah karena kurang cocok, tidak kuat dengan bau lem dan sebagainya. Hal ini membuat pengusaha kebingungan pada saat kebanjiran order, apalagi menjelang hari raya dan tahun baru.

Selain itu kendala pemasaran pun sering terjadi disini karena pangsa pasar yang dituju masih sama antar pengusaha, akibatnya terjadi kesenjangan antara pengusaha kecil dan besar karena link antara pengusaha besar dan kecil jauh berbeda dan akhirnya para pengusaha kecil pun melakukan promosi secara sederhana seperti berjalan keliling dengan menggunakan pick up untuk menjajakan hasil kerajinan sepatunya.

Modal pengusaha sepatu sebagian besar menggunakan modal sendiri. Menurut Kashmir (2011 : 90), modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan/pengusaha dengan cara mengeluarkan uang pribadi. Keuntungan menggunakan modal sendiri untuk membiayai suatu usaha adalah tidak adanya beban bunga atau bagi hasil.

Walaupun terdapat banyak kendala yang dihadapi oleh para pengusaha tetapi mereka mempunyai berbagai upaya untuk menanggulangi kendala kendala tersebut seperti memutar siklus modal yang ada untuk memenuhi pesanan menjelang hari raya dan tahun baru karena permintaan barang yang melonjak tinggi. Cara yang digunakan pengusaha adalah dengan cara menunda pembayaran gaji pegawai untuk membeli perlengkapan sepatu, ataupun bisa juga bekerja sama dengan pengusaha lain dengan meminjam bahan baku dari pengusaha lain untuk memenuhi produksi.

Kemudian upaya upaya lain yang dilakukan pengusaha untuk menanggulangi kendala yang ada seperti tenaga kerja yang tidak pasti, yang biasanya keluar masuk tempat usaha karena tempat usaha tidak cocok yaitu dengan cara melakukan sistem borongan. Sistem ini memudahkan pengusaha dan masyarakat untuk ikut serta membuat sepatu, karena tidak adanya ikatan atau kontrak kerja, pengusaha cukup memberi target yang harus di penuhi oleh pegawai dan upahnya pun bisa langsung keluar karena upah yang di berikan adalah harian. Hal itu memudahkan masyarakat jika ingin menambah penghasilan sehari hari ataupun untuk menambah biaya sekolah anaknya.

Sesuai dengan UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, pengertian tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

Sedangkan menurut Hamalik (2005:7), “tenaga kerja (ketenagakerjaan) adalah sumber daya manusia yang memiliki potensi, kemampuan, yang tepat guna, berdaya guna, berpribadi dalam kategori tertentu untuk bekerja dan berperan serta dalam pembangunan, sehingga berhasil guna bagi dirinya dan amsyarifikat secara keseluruhan”.

Kemudian upaya untuk meningkatkan pemasaran pun masih sering digalakan untuk memperluas target pasar yang ada mulai dari membentuk branding (merek) untuk dipatenkan sebagai produk asli yang dihasilkan oleh para pengusaha sepatu, karena seperti kita tahu akhir-akhir ini mulai banyak bermunculan UMKM baru yang bergerak dalam bidang yang sama yaitu kerajinan sepatu. Kemudian produk yang dibuat harus dijaga kualitasnya agar para konsumen puas dengan hasil yang dibuat oleh pengusaha.

Hal ini sama seperti teori yang dikemukakan oleh Kottler & Amstrong (2001) yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu usaha di tentukan oleh hasil pemasarannya, jika kualitas produk yang di hasilkan baik dan berkualitas maka konsumen tidak akan segan untuk memesan kepada pengusaha tersebut, karena harga dan kualitas setara dan tidak akan mengecewakan konsumen.

## 2. Faktor Dominan yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM Seruni

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, 5 dari 10 orang yang diwawancara mengatakan bahwa faktor modal memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan usaha. Hal ini sesuai hasil penelitian yang dilakukan oleh Endang Purwanti (2013) bahwa modal memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap perkembangan usaha, karena semakin besar modal yang digunakan dan semakin mudah mendapatkan modal maka usaha yang dilakukan pun akan mengalami peningkatan dan perkembangan usaha.

Meskipun para pengusaha disana hanya menggunakan modal sendiri tetapi usaha mereka mampu berkembang dengan baik, hal ini dikarenakan modal sendiri memiliki keuntungan tidak adanya beban bunga dan bagi hasil yang harus dibayarkan. Pernyataan ini sesuai dengan pernyataan Kasmir (2011)

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai "Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM Sepatu di Desa Seruni", maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Desa Seruni ada 3 yaitu Permodalan, Tenaga Kerja dan Pemasaran. Menurut pelaku usaha disana permodalan memiliki peran dalam mengembangkan usahanya. Selain itu dengan tenaga kerja yang berpengalaman juga akan mempengaruhi produk yang dihasilkan. Kemudian pemasaran juga tidak kalah penting dalam mempengaruhi perkembangan usaha dimana meskipun produk usaha yang dihasilkan cukup baik tetapi apabila tidak ditunjang dengan pemasaran yang baik, maka produk tidak akan terjual dengan maksimal.
2. Faktor yang paling dominan dalam perkembangan UMKM adalah modal, karena menurut 5 dari 10 orang pengusaha yang diwawancara mengatakan bahwa modal adalah hal utama yang harus ada untuk melakukan usaha. Sehingga tanpa adanya modal, usaha tidak akan dapat berkembang dengan baik.

### Saran

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh para pemilik industri dalam mengembangkan industri sepatu, berikut adalah saran yang diberikan peneliti untuk memajukan usaha agar dapat berkembang lebih pesat lagi yaitu :

1. Para Pengusaha di Industri Sepatu Desa Seruni Diharapkan lebih terbuka terhadap teknologi sehingga selain menggunakan sistem pemasaran dari mulut ke mulut juga dapat menggunakan pemasaran dengan media sosial.
2. Diharapkan para pengusaha tidak enggan dalam melakukan pinjaman modal dari lembaga

pembiayaan, guna mengembangkan usaha mereka agar lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA.

- Andriyanto, Rendy Ahmad. 2014. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja Pada Home Industri Sepatu Kota Surabaya (Studi Kasus Tenaga Kerja Bagian Produksi Ukm Home Industri Sepatu Ud. Perkasa Surabaya)*. Skripsi Tidak Diterbitkan
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rieka Cipta.
- Hamalik, Oemar. 2005. *Pengembangan Sumber Daya Manusia (Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan Pendekatan Terpadu)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Indriyatni, lies. 2013. *Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil( Studi Pada Usaha Kecil Di Semarang Barat)*. Jurnal Online VOL 5, NO 1.
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia (online) diakses 27 januari 2016
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurwanjal Jlarta : Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Moleong, Lexy J.. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purwanti, Endang. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. Jurnal Online Vol.5 No.9
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarsono, Sony. 2009. *Teori dan Kebijakan Publik Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Surabaya : Liberty
- T. C. LOH and S. C. L. KOH. 2004. *Critical elements for a successful enterprise resource planning implementation in small- and medium-sized enterprises*. vol. 42, no. 17, 3433–3455
- Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya : UNESA
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta : Andi Offset
- Tohar, M. 2000. *Membuka Usaha Kecil*. Kanisius: Yogyakarta dalam Ismawati. 2006. *Keberadaan Industri Sarung Tenun dalam Meningkatkan Pendapatan Pekerja di Desa Parengan Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya : Unesa
- Undang-undang RI Nomor 13 Tahun 2003 dan Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2007 tentang Ketenagakerjaan

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

