

Manajemen Mutu dan Kesiapan UMKM Alas Kaki/Kulit dan Konveksi Bogor Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015

Siti Nazlifah

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen
Institut Pertanian Bogor
Kampus Dramaga Bogor 16680

Eko Ruddy Cahyadi

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen
Institut Pertanian Bogor
Kampus Dramaga Bogor 16680

M. Syaefudin Andrianto

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen
Institut Pertanian Bogor
Kampus Dramaga Bogor 16680

ABSTRACT

The implementation of the ASEAN Economic Community (AEC) requires Bogor footwear/leather and convection Small Medium Enterprises (SMEs) meet the market's standards and needs. The research aims to identify the characteristics of SMEs and the quality perception of quality management system, analyze the readiness of SMEs to face the AEC and the influence of the quality management system on the readiness of SMEs to face the AEC. The data from Bogor SMEs services used, then followed by snowball sampling method. The data analyses used are descriptive analysis, T-test and logistic regression analysis. The result showed that convection SMEs compare to footwear/leather SMEs is more prepared in general, marketing and production/operation aspects. Educational level of business owner and the legal entity significantly affect the SMEs readiness facing AEC. The business owners have not implemented the quality management well, especially on the principle of system approach to management and the facts-based decision making, although these two principles are significantly affect the readiness of SMEs to face AEC 2015.

Keywords: AEC, logistic regression, SMEs readiness, quality management system.

ABSTRAK

Pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menuntut Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) alas kaki/kulit dan konveksi Bogor memenuhi standar dan kebutuhan pasar. Penelitian bertujuan mengidentifikasi karakteristik UMKM dan persepsi mutu pelaku usaha terhadap prinsip manajemen mutu, serta mengidentifikasi kesiapan UMKM menghadapi MEA dan pengaruh prinsip manajemen mutu terhadap kesiapan UMKM menghadapi MEA. Pengambilan contoh menggunakan data Dinas UMKM dan Koperasi Kota dan Kabupaten yang dilanjutkan dengan metode *snowball sampling*. Alatanalisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji-T dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan UMKM konveksi dibanding UMKM alas kaki/kulit lebih siap menghadapi MEA 2015 dari aspek umum, pemasaran dan produksi/operasi/teknologi. Faktor karakteristik tingkat pendidikan pemilik dan badan hukum usaha berpengaruh nyata terhadap kesiapan UMKM. Pelaku usaha belum menerapkan manajemen mutu dengan baik, terutama pada prinsip pendekatan sistem terhadap manajemen dan prinsip pembuatan keputusan berdasarkan fakta, padahal kedua prinsip tersebut tersebut secara nyata mempengaruhi kesiapan UMKM menghadapi MEA 2015.

Kata kunci: MEA, regresi logistik, sistem manajemen mutu, kesiapan UMKM.

I. Pendahuluan

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang telah digagas sejak tahun 2007 akan diberlakukan pada akhir tahun 2015. Hal ini berimplikasi pada meningkatnya transaksi ekonomi dan persaingan diantara negara-negara Asia Tenggara. Sebagai salah satu negara dengan populasi terbesar di Asia Tenggara dan kaya akan sumber daya alam (SDA), Indonesia memiliki potensi pasar sekaligus potensi produksi yang sangat besar. Posisi daya saing Indonesia sendiri pada tahun 2015 berdasarkan Indeks Kompetitif Global yang diterbitkan oleh *World Economic Forum* (2015) menempati peringkat ke-34 di dunia dan peringkat ke-4 di Asia Tenggara di bawah Singapura, Malaysia, dan Thailand. Dengan posisi tersebut, MEA memberikan tantangan sangat besar dalam memenangkan persaingan. Seperti dinyatakan pula oleh Mulyati (2010), perdagangan internasional lebih mengarah pada liberalisasi perdagangan serta batas-batas pasar domestik dan internasional yang tidak jelas pembagiannya. Hal tersebut mengakibatkan persaingan semakin ketat dan tantangan bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya.

Salah satu pilar dari MEA seperti tercantum dalam Cetak Biru Komunitas Ekonomi ASEAN yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Kerjasama ASEAN (2009) adalah pembangunan ekonomi yang merata. Pilar ini diterjemahkan dalam kebijakan pengembangan UKM yang bertujuan meningkatkan daya saing dan dinamika UKM ASEAN serta memperkuat daya saing dalam mengatasi kesulitan ekonomi makro, keuangan dan tantangan iklim perdagangan bebas. Menurut data yang dirilis oleh Asian Development Bank (2014), Indonesia memiliki persentase usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terbesar dari seluruh jenis usaha dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya yaitu 99,9% pada tahun 2012 dan negara lainnya seperti Kamboja memiliki UMKM 99,8%, Filipina 99,6%, Thailand 98,5%, Vietnam 97,7%, dan Malaysia 97,3%.

Di Indonesia, UMKM merupakan pemain utama dalam ekonomi domestik dengan rata-rata pertumbuhan 2% per tahun (Asian Development Bank 2014). UMKM memberikan lapangan pekerjaan dalam jumlah besar dan merupakan sumber pendapatan utama maupun sekunder bagi masyarakat miskin di berbagai daerah. Lebih dari 90% unit usaha di Indonesia merupakan UMKM yang merupakan usaha perorangan yang tersebar luas di seluruh daerah pedesaan, maka memiliki peran penting dalam pengembangan keterampilan penduduk desa (Tambunan 2006 dan 2009).

Kota dan Kabupaten Bogor merupakan wilayah yang memiliki jumlah UMKM terbesar khususnya di provinsi Jawa Barat. Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat, pada tahun 2013 tercatat ada 22.430 unit UMKM sektor industri dengan masing-masing 7.856 unit dan 14.574 unit untuk Kota dan Kabupaten Bogor. Pada tahun 2013, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bogor atas dasar harga berlaku Rp 97.606 triliun atau mengalami peningkatan 5,85% dibandingkan tahun sebelumnya, sedangkan PDRB atas dasar harga berlaku di Kabupaten Bogor mencapai Rp 109,67 triliun atau mengalami peningkatan 14,35% dibandingkan tahun sebelumnya. Di Bogor produk unggulan UKM terkenal adalah alas kaki/kulit dan UKM konveksi. Industri pengolahan memiliki kontribusi yang besar terhadap PDRB Kota dan Kabupaten Bogor. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik

(2014) industri pengolahan memberikan kontribusi sebesar 27,48% terhadap PDRB Kota Bogor dan 57,62% terhadap PDRB Kabupaten Bogor.

Menurut Kemenkop dan UKM Republik Indonesia (2011), industri pengolahan merupakan kegiatan pengubahan bahan dasar (bahan mentah) menjadi barang jadi/setengah jadi dan/atau dari barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, baik secara mekanis, kimiawi, dengan mesin ataupun dengan tangan. Di Kabupaten Bogor, industri pengolahan unggulan yang terkenal adalah alas kaki/kulit dan konveksi atau tekstil dimana jenis usaha tersebut memberikan kontribusi ketiga terbesar setelah jenis usaha makanan dan perdagangan. Adapun kedua usaha tersebut memiliki beberapa sentra usaha seperti dinyatakan oleh Widyastutik *et al.* (2010) dan Dinas UKM dan Koperasi Bogor yaitu sentra industri alas kaki/kulit berada di Kecamatan Ciomas, Ciampea, Ciapus dan Bogor Selatan, sedangkan sentra industri konveksi berada di Kecamatan Cibinong.

Meskipun jumlah UMKM alas kaki/kulit dan konveksi di Bogor banyak, tetapi kondisi UMKM belum terorganisir dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan belum tersedianya *database* UMKM yang lengkap dan diperbaharui setiap tahunnya. Menurut Septiani *et al.* (2013) faktor yang mempengaruhi pengembangan industri alas kaki adalah kompetensi pelaku UMKM dan kebijakan pemerintah. Pelaku usaha membutuhkan bantuan pemerintah daerah agar dapat meningkatkan mutu produknya seperti memenuhi standar, kebutuhan, dan mutu pasar atau konsumen agar dapat bersaing dalam MEA. Mutu produk menjadi penting, karena apa yang ditawarkan oleh produsen harus memenuhi kriteria yang diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu, pengelolaan mutu sangat penting untuk menjamin proses yang dilakukan dan produk yang dihasilkan oleh UMKM.

Sistem Manajemen Mutu (SMM) ISO 9001 mendefinisikan bagaimana organisasi menerapkan praktik-praktik manajemen mutu secara konsisten untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan pasar. SMM ISO 9001 merupakan standar mutu yang sudah diakui secara internasional, namun saat ini implementasi SMM masih didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar. Masih sedikit usaha kecil yang menerapkan SMM, padahal perusahaan besar memerlukan keterlibatan pemasok untuk mendukung implementasi SMM mereka. Kajian SMM di industri alas kaki menunjukkan bahwa ekspor alas kaki bukanlah hal baru bagi pelaku tetapi rataan tingkat pengembalian masih cukup besar yaitu 15,9% (Susviarto *et al.* 2012). Sebagian besar pemasok merupakan usaha kecil dan menengah (UKM). Sehingga UKM harus proaktif dalam menghadapi persaingan global dan harus lebih efisien dan efektif untuk dapat bertahan dalam lingkungan bisnis (Benjamin *et al.* 2012).

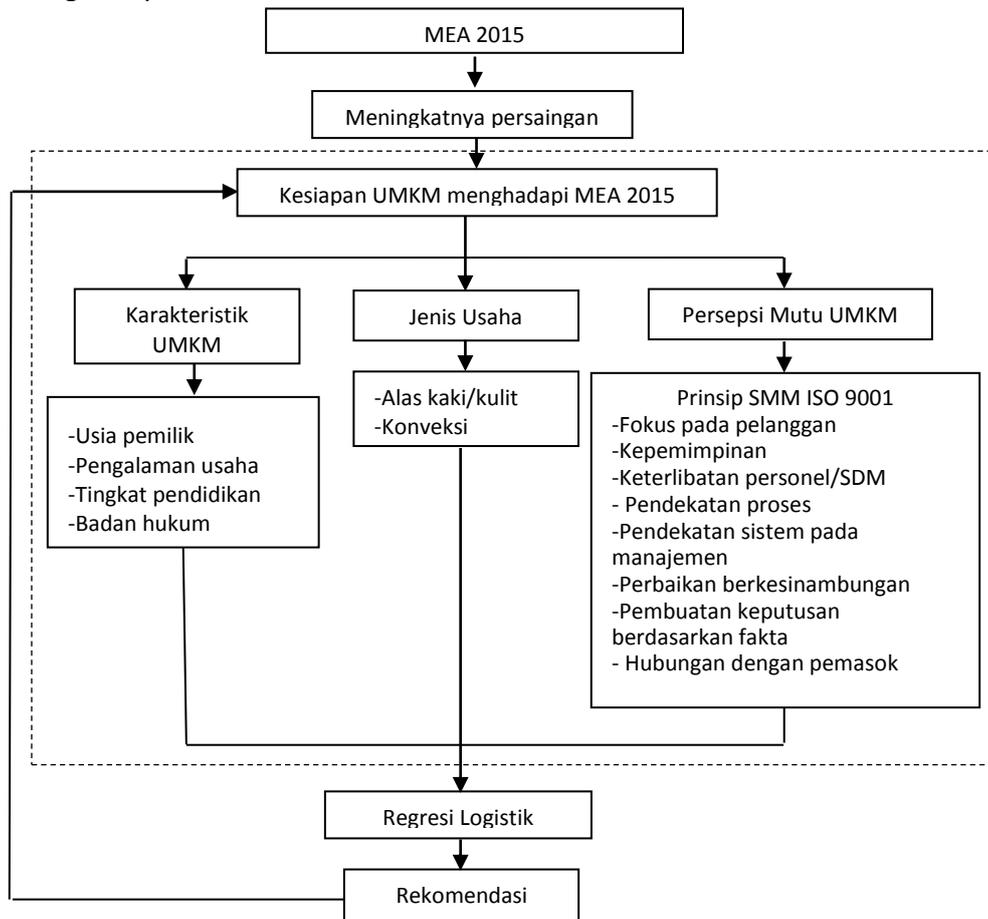
II. Metode Penelitian

Perdagangan bebas MEA 2015 berimplikasi pada tingkat persaingan yang semakin tinggi. Hal tersebut menuntut para pemilik usaha untuk siap menghadapi persaingan. Kesiapan tersebut diukur berdasarkan tiga faktor, yaitu 1) karakteristik UMKM yang terdiri dari usia pemilik, pengalaman usaha, tingkat pendidikan dan bentuk badan hukum usaha; 2) jenis usaha yaitu usaha alas kaki/kulit dan konveksi; 3) persepsi manajemen mutu UMKM yang diukur melalui delapan SMM ISO. Faktor-faktor tersebut dianalisis sebagai peubah yang memiliki pengaruh nyata terhadap

kesiapan UMKM menghadapi MEA 2015 sehingga dapat diberikan rekomendasi tindakan-tindakan untuk pengembangan UMKM di masa yang akan datang. Adapun kerangka pemikiran penelitian disajikan pada Gambar 1.

Penelitian ini dilakukan di Bogor dengan melakukan wawancara kepada pemilik atau pengelola UMKM konveksi dan alas kaki/kulit menggunakan instrumen kuesioner. Penelitian dilakukan pada bulan November 2014 sampai dengan Januari 2015. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh dari wawancara dengan instrumen kuesioner dan data sekunder berupa buku, jurnal, data statistik serta penelitian terdahulu. Metode pengambilan contoh yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *snowball sampling*. Responden penelitian berjumlah 100 yang terdiri dari 39 responden pelaku usaha alas kaki/kulit dan 61 responden pelaku usaha konveksi. Contoh dipilih berdasarkan data UMKM Kota dan Kabupaten Bogor tahun 2012, namun karena banyaknya data tidak valid, maka responden lain ditemukan berdasarkan rekomendasi atau informasi dari responden awal, sehingga diperoleh data responden baru memenuhi kriteria contoh.

Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini analisis data deskriptif dan regresi logistik, *independent sample t-test* dan *khi kuadrat* (χ^2) dua contoh. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan objek yang diteliti melalui contoh atau populasi. Data yang terkumpul dianalisis untuk mengidentifikasi faktor manajemen mutu yang secara nyata mempengaruhi kesiapan UMKM konveksi dan alas kaki/ kulit dalam menghadapi MEA 2015.



Gambar 1. Kerangka pemikiran penelitian

Penelitian ini mengukur persepsi/sikap responden terhadap peubah bebas X dan peubah terikat Y menggunakan skala *likert*. Menurut Kinnear (1988) dalam Umar (2001), skala *Likert* berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Responden diminta untuk mengevaluasi diri dengan mengisi pernyataan dalam skala likert. Evaluasi dilakukan terhadap implementasi prinsip-prinsip Sistem Manajemen Mutu yang selama ini telah diterapkan oleh UMKM, yang dinyatakan dalam peubah penelitian. Penelitian ini menggunakan 5 (lima) skala untuk mengukur persepsi responden yaitu: 1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=netral, 4=setuju, 5=sangat setuju.

Peubah terikat dalam penelitian ini adalah kesiapan UMKM alas kaki/kulit dan konveksi Bogor menghadapi MEA 2015 dilihat dari aspek secara umum, pemasaran, keuangan, SDM, dan produksi/operasi/teknologi yang dinyatakan dengan 0=tidak siap dan 1=siap. Peubah bebas dalam penelitian ini merupakan delapan prinsip SMM, yaitu:

1. Karakteristik UMKM:
 - a. Usia pemilik, dinyatakan dalam satuan tahun
 - b. Pengalaman usaha, dinyatakan dalam satuan tahun yang diukur per tahun 2014
 - c. Tingkat pendidikan pemilik usaha, dinyatakan dalam pilihan: (1) tidak bersekolah, (2) SD atau sederajat, (3) SMP atau sederajat, (4) SMA atau sederajat, (5) D3, (6) S1, dan (7) Pasca sarjana
 - d. Badan hukum usaha, dinyatakan dalam pilihan: 1) non formal, 2) koperasi, 3) CV, 4) PT
2. Jenis usaha, yaitu (1) alas kaki/kulit, dan (2) konveksi
3. Prinsip SMM: (1) fokus pelanggan, (2) kepemimpinan, (3) keterlibatan/pemberdayaan personel atau SDM, (4) pendekatan proses, (5) pendekatan sistem pada manajemen, (6) perbaikan berkesinambungan, (7) pembuatan keputusan berdasarkan fakta, (8) hubungan dan kerjasama dengan pemasok. Prinsip-prinsip tersebut digunakan untuk mengukur persepsi mutu UMKM responden terhadap pelaksanaan mutu yang selama ini telah diterapkan.

III. Hasil dan Pembahasan

III.1. Karakteristik Usaha dan Pemilik UMKM Alas Kaki/Kulit dan Konveksi di Kota dan Kabupaten Bogor

Pemilik UMKM baik alas kaki/kulit maupun konveksi didominasi oleh laki-laki dengan persentase masing-masing 97% dan 87%. Sisanya berjenis kelamin wanita 3% pada UMKM alas kaki/kulit dan 13% pada UMKM konveksi. Pendidikan terakhir pemilik usaha alas kaki/kulit didominasi oleh lulusan SD 41%, sedangkan konveksi didominasi oleh lulusan SMA 31%.

Rataan usia pemilik UMKM alas kaki/kulit 45 tahun, sedangkan usia pemilik UMKM konveksi 40 tahun. Berdasarkan hasil uji *independent-samples t test* pada Tabel 1, nyata pada angka 0,887 (usia pemilik) dan 0,130 (usia usaha) > 0,05. Hal ini menunjukkan varian dari usia pemilik dan pengalaman usaha kedua grup (alas kaki/kulit dan konveksi) tidak sama atau memiliki perbedaan yang nyata, yang berarti rata-rata usia pemilik UMKM alas kaki/kulit lebih tua dengan pengalaman usaha lebih lama dibandingkan UMKM konveksi.

Tabel 1. Karakteristik usia responden

| Karakteristik (tahun) | UMKM Alas kaki/kulit | | UMKM Konveksi | | Sig | T |
|-----------------------|----------------------|---------|---------------|---------|-------|-------|
| | Mean | St. dev | Mean | St. dev | | |
| Usia pemilik | 45,03 | 9,81 | 40,23 | 9,58 | 0,887 | 2,419 |
| Pengalaman usaha | 16,79 | 9,88 | 11,34 | 7,83 | 0,130 | 3,016 |

Sumber: data diolah, 2015

Pada karakteristik badan hukum 95% dari UMKM alas kaki/kulit dan 79% dari UMKM konveksi bersifat non formal atau tidak memiliki badan hukum, yang mana sebagian besar usaha merupakan milik perseorangan. Usaha konveksi berbentuk koperasi memiliki persentase 2%, usaha berbentuk CV memiliki persentase masing-masing 5% dan 15% untuk UMKM alas kaki/kulit dan konveksi. UMKM berbadan hukum CV memiliki posisi sebagai sekutu aktif atau komplementer, dimana bertindak sebagai pihak yang menjalankan dan bertanggungjawab terhadap kegiatan produksi dan operasi. Usaha yang berbentuk PT 5% yang hanya merupakan usaha konveksi.

III.2. Kesiapan UMKM Alas Kaki/Kulit dan Konveksi Bogor Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015

Ekonomi di kawasan ASEAN didominasi oleh UKM maka menjadi perhatian penting tentang usaha-usaha tersebut membutuhkan pengembangan untuk bertahan dan berkompetisi di pasar asing. Pengetahuan mengenai MEA dan strategi yang perlu dilakukan oleh UMKM menjadi sangat penting dalam menghadapi persaingan lebih ketat. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data pengetahuan UMKM mengenai MEA dan bagaimana kesiapannya menghadapi persaingan tersebut.

Pada Tabel 2, disajikan data mengenai tahu tidaknya pemilik atau pengelola mengenai MEA. Lebih dari 50% pemilik atau pengelola mengetahui tentang MEA. Responden mengetahui tentang MEA dari berbagai sumber seperti media massa cetak dan elektronik, rekan bisnis maupun dari *internet*, namun sebagian besar hanya pernah mendengar dan tidak memiliki pengetahuan mendetail mengenainya. Terlihat hasil dari uji *khi kuadrat* pada kesiapan UMKM menghadapi MEA 2015 ditunjukkan dengan nilai nyata atau *p-value*. Pada kesiapan dari aspek keuangan dan secara SDM nyata lebih dari 0,05%, yang berarti bahwa baik UMKM alas kaki/kulit maupun konveksi dari segi keuangan maupun secara SDM dikatakan tidak siap menghadapi MEA 2015. Ketidaksiapan UMKM diindikasikan sebagai penyebab dari berbagai kendala seperti lemahnya manajemen usaha, kurangnya pengetahuan mengenai pasar luar negeri, ketidakmampuan menembus pasar asing, hambatan permodalan, rendahnya mutu SDM dan hambatan bahasa. Namun dari aspek secara umum, pemasaran dan produksi/operasi/teknologi UMKM konveksi cenderung lebih siap dibandingkan dengan alas kaki/kulit.

Tabel 2. Pengetahuan dan kesiapan UMKM terhadap MEA 2015

| Karakteristik | Alas kaki/ kulit (%) | Konveksi (%) | |
|-------------------------------------|----------------------|--------------|---------|
| Pengetahuan MEA 2015 | | | |
| Tahu | 54 | 72 | |
| Tidak tahu | 46 | 28 | |
| Total | 100 | 100 | |
| Kesiapan Menghadapi MEA 2015 | | | |
| | Alas kaki/ kulit (%) | Konveksi (%) | P-Value |
| Secara umum | 7,7 | 34,4 | 0,002 |
| Pemasaran | 10,3 | 31,1 | 0,015 |
| Keuangan | 15,4 | 27,9 | 0,148 |
| Sumber daya manusia | 12,8 | 21,3 | 0,281 |
| Produksi/ operasi/ teknologi | 10,3 | 27,9 | 0,035 |

Sumber: data diolah, 2015

III.3. Persepsi Mutu UMKM Alas Kaki/ Kulit dan Konveksi Bogor

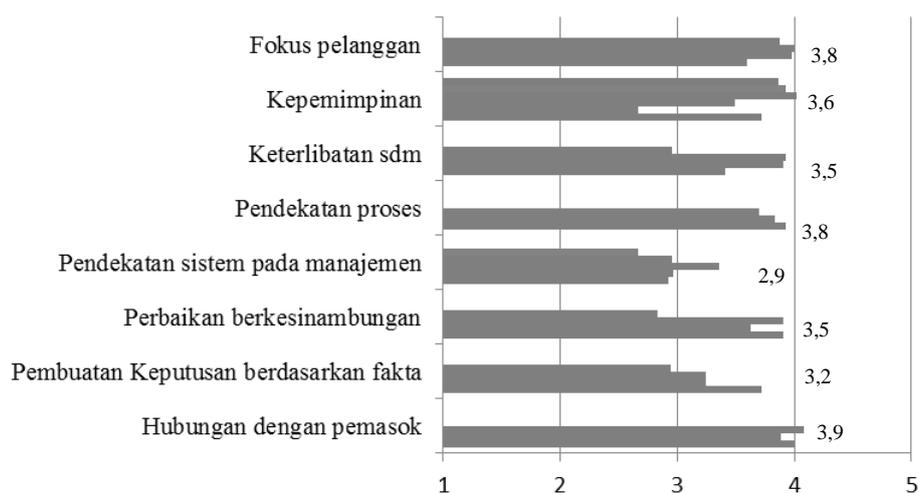
Penelitian ini mengukur persepsi mutu subyektif responden yang memiliki 33 item pernyataan dengan lima pilihan jawaban, maka masing-masing responden memiliki skor berkisar 1 – 5. Skor rata-rata diperoleh dengan membagi jumlah skor responden pada setiap item dengan jumlah item pernyataan, sehingga diperoleh kategori seperti tercantum pada Tabel 3.

Tabel 3. Kategori evaluasi persepsi mutu UMKM

| Range skor rata-rata | Kategori |
|----------------------|--------------|
| 1,00 – 1,79 | Sangat Buruk |
| 1,80 – 2,59 | Buruk |
| 2,60 – 3,39 | Sedang |
| 3,40 – 4,19 | Baik |
| 4,20 – 5,00 | Sangat Baik |

Sumber: data diolah, 2015

Sebagian besar responden menyatakan setuju atau telah menerapkan prinsip-prinsip SMM pada kegiatan usahanya. Berdasarkan Gambar 2, prinsip pendekatan sistem pada manajemen memiliki skor rata-rata terendah (2,97). Hal ini dikarenakan UMKM banyak yang belum memiliki visi, misi dan sasaran serta pedoman mutu seperti instruksi kerja, petunjuk pemakaian peralatan maupun standar industri, sedangkan hubungan dengan pemasok mendapat skor rata-rata tertinggi (3,99). Hal ini disebabkan UMKM memilih pemasok berdasarkan kinerja yang memuaskan, telah menjalin hubungan kerjasama yang baik dan senantiasa memberikan umpan balik.



Gambar 2. Persepsi mutu UMKM terhadap manajemen mutu

Pada prinsip fokus pelanggan, rata-rata pemilik menyatakan telah mengkomunikasikan kepada karyawan mengenai pentingnya memenuhi kebutuhan pelanggan, memfasilitasi pelanggan dalam memberikan umpan balik, memiliki proses efektif tentang harapan pelanggan dan mengetahui bahwa pelanggan puas. Pada prinsip kepemimpinan, rata-rata UMKM belum memiliki visi misi, namun sudah memahami manajemen mutu dan pentingnya bagi usaha, memotivasi karyawan dan terlibat dalam pengembangan mutu, memiliki rencana utilisasi karyawan dan memberikan sumber daya yang cukup untuk perbaikan mutu. Pada keterlibatan dan pemberdayaan personel, sasaran mutu dikomunikasikan kepada karyawan, serta karyawan percaya dan serius dalam memberikan pelayanan mutu terbaik, namun UMKM belum melakukan kegiatan pelatihan bagi karyawan dan melibatkannya dalam penetapan kebijaksanaan mutu UMKM. Pada pendekatan proses, UMKM mentransformasikan kebutuhan pelanggan ke dalam perencanaan, memiliki proses efektif untuk menangani keluhan pelanggan, serta UMKM dapat mengidentifikasi penyebab mutu buruk.

III.4. Pengaruh Faktor Manajemen Mutu Terhadap Kesiapan UMKM Menghadapi MEA 2015

Analisis regresi logistik dilakukan untuk memperoleh model regresi yang memprediksi besar peubah dependen berupa peubah *binary* menggunakan data peubah independen yang sudah diketahui besarnya (Santoso, 2010). Pada penelitian ini peubah dependen berupa data kesiapan UMKM menghadapi AEC 2015, yang dinyatakan dengan 1=siap, 0=tidak siap secara umum, pemasaran, keuangan, SDM dan secara produksi operasi berdasarkan tiga faktor yaitu karakteristik UMKM, jenis usaha dan manajemen mutu UMKM. Analisis dilakukan dengan bantuan software statistik SPSS v22. Adapun hasil dari analisis adalah sebagai berikut:

Kelayakan model regresi ditentukan berdasarkan angka probabilitas (nilai *Hosmer dan Lemeshow goodness of fit test*) yaitu lebih besar dari 0,05 untuk semua model. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi biner layak digunakan pada analisis selanjutnya karena tidak terdapat perbedaan klasifikasi yang diprediksi dan yang

diamati, sedangkan kelayakan model keseluruhan dilihat dari angka *overall percentage*. Hasil pendugaan parameter logit menyatakan bahwa model regresi logistik yang digunakan cukup baik, dengan rata-rata kemampuan memprediksi dengan sebesar berturut-turut 93%, 85%, 91%, 92% dan 93%. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai *log likelihood* sebesar 43,90; 35,54; 44,12; 38,19; dan 26,73. Menurut Sarwono (2013), jika nilai *log likelihood* semakin kecil dan mendekati nol, maka nilai tersebut semakin menggambarkan kecocokan model.

Pada Tabel 4, disajikan peubah yang secara nyata mempengaruhi kesiapan UMKM secara umum, kesiapan pemasaran, kesiapan keuangan, kesiapan SDM dan kesiapan produksi/operasi/teknologi pada taraf nyata 1%, 5%, dan 10%. Pada kesiapan secara umum, prinsip manajemen mutu fokus pelanggan, pendekatan sistem terhadap manajemen, dan peningkatan berkesinambungan memiliki pengaruh nyata. Dari kesiapan secara pemasaran, prinsip manajemen mutu fokus pelanggan, kepemimpinan, dan pendekatan sistem terhadap manajemen berpengaruh nyata. Pada kesiapan secara keuangan, peubah tingkat pendidikan pemilik usaha dan bentuk badan usaha serta prinsip manajemen mutu pendekatan sistem terhadap manajemen dan peningkatan berkesinambungan memiliki pengaruh nyata. Prinsip manajemen mutu fokus pelanggan, tingkat pendidikan serta bentuk badan hukum usaha memiliki pengaruh nyata terhadap kesiapan UMKM menghadapi MEA secara sumber daya manusia. Sedangkan pada kesiapan produksi/operasi/teknologi peningkatan berkesinambungan, pengambilan keputusan berdasarkan fakta, dan hubungan dengan pemasok berpengaruh nyata terhadap kesiapan UMKM.

Pada Tabel 4 disajikan model regresi logistik pengaruh prinsip karakteristik, jenis usaha dan manajemen mutu UMKM terhadap kesiapan menghadapi MEA 2015. Besarnya pengaruh masing-masing peubah ditunjukkan oleh nilai *odds ratio*. Pada faktor karakteristik usaha, peubah tingkat pendidikan dan badan hukum memiliki berpengaruh nyata terhadap kesiapan menghadapi MEA 2015. Tingkat pendidikan pemilik usaha dapat mempengaruhi kemampuan pemilik, pengelola dan karyawan dalam melakukan kegiatan usaha. Menurut Sarma *et al.* (2014), disadari atau tidak, pendidikan formal berperan penting dalam pengembangan usaha. Pendidikan yang kurang menunjang telah mengakibatkan lemahnya posisi pelaku usaha, sehingga rentan terhadap penipuan dan kerugian. Badan hukum usaha merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kesiapan ekspor UMKM seperti yang dinyatakan oleh Rumahorbo (2015).

Fokus pelanggan merupakan unsur penting dalam penerapan manajemen mutu. Semakin tinggi implementasi fokus pelanggan dalam kegiatan bisnis, maka semakin siap UMKM menghadapi perdagangan bebas. Hal ini dikarenakan pengelola akan lebih memahami kebutuhan pelanggan dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dan bukan keuntungan semata. Kepemimpinan yang baik akan membawa organisasinya kepada kesuksesan. Pemimpin harus memahami kegiatan bisnisnya, pihak-pihak yang terlibat dan hal-hal yang harus dilakukan terkait usahanya. Pendekatan sistem pada manajemen meliputi kegiatan pengelolaan proses untuk mencapai tujuan efektif dan efisien. Pembuatan dan pelaksanaan visi, misi dan sasaran akan membantu dalam menjalankan bisnis dan bersaing di pasar bebas, namun pada saat ini hanya 33% UMKM yang memiliki visi, misi dan sasaran.

Peningkatan berkesinambungan meliputi perbaikan terus-menerus agar mutu produk meningkat. Pemeriksaan dan pengawasan pada proses produksi merupakan langkah pencegahan yang penting dilakukan, namun hanya 7% dari responden yang menyatakan telah melakukannya. Pengambilan keputusan berdasarkan data pelaporan dan catatan akan membantu dalam pengambilan keputusan lebih baik, agar keputusan yang diperoleh, akan lebih tepat karena berdasarkan fakta atau kondisi usaha yang sesungguhnya. Hal ini tentunya akan memperbesar kesiapan menghadapi MEA 2015. Untuk itu, menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok akan memberikan keuntungan bagi UMKM dalam menghadapi pasar bebas ASEAN. Hal tersebut disebabkan bahan baku menentukan mutu produk akhir sehingga penting apabila pemasok dipilih berdasarkan kinerjanya.

Tabel 4. Model regresi logistik terhadap kesiapan UMKM menghadapi MEA 2015

| No. | Peubah | Kesiapan Menghadapi MEA 2015 | | | | | | | | | |
|-----|--------------------------------------|------------------------------|------------|-----------|------------|----------|------------|----------|------------|---------------------------------|------------|
| | | Secara umum | | Pemasaran | | Keuangan | | SDM | | Produksi/ operasi/ teknologi | |
| | | Coeff | Odds Ratio | Coeff | Odds Ratio | Coeff | Odds Ratio | Coeff | Odds Ratio | Coeff | Odds Ratio |
| 1 | Usia pemilik | -0,011 | 0,989 | 0,032 | 1,0332 | 0,037 | 1,037 | 0,011 | 1,011 | 0,047 | 1,048 |
| 2 | Pengalaman usaha | -0,071 | 0,932 | -0,075 | 0,927 | 0,037 | 1,038 | 0,049 | 1,050 | -0,046 | 0,955 |
| 3 | Tingkat pendidikan | -0,006 | 0,994 | 0,115 | 1,122 | 0,717** | 2,049 | 0,559** | 1,748 | 0,087 | 1,091 |
| 4 | Badan hukum | 0,727 | 2,070 | 0,676 | 1,965 | 0,938** | 2,673 | 0,731*** | 2,078 | 0,597 | 1,817 |
| 5 | Jenis usaha | 1,285 | 3,615 | 0,388 | 1,473 | 0,287 | 1,332 | 0,366 | 1,442 | 0,832 | 2,297 |
| 6 | Fokus pelanggan | 3,315* | 27,535 | 2,540** | 12,679 | 3,344* | 28,329 | 2,394** | 10,962 | 1,185 | 3,271 |
| 7 | Kepemimpinan | -0,714 | 0,490 | 3,028*** | 0,048 | -1,845 | 0,158 | -0,363 | 0,696 | -0,347 | 0,707 |
| 8 | Keterlibatan dan pemberdayaan SDM | -1,095 | 0,335 | 0,635 | 1,888 | 0,828 | 2,289 | -0,100 | 1,105 | 0,092 | 1,097 |
| 9 | Pendekatan proses | -0,594 | 0,552 | -0,160 | 0,853 | 0,515 | 0,598 | -0,116 | 0,891 | 0,155 | 1,167 |
| 10 | Pendekatan sistem terhadap manajemen | 1,973*** | 7,189 | 3,358** | 28,745 | 2,997** | 20,018 | 0,247 | 1,281 | 0,356 | 1,427 |
| 11 | Peningkatan berkesinambungan | 1,927*** | 0,146 | -1,556 | 0,211 | 1,749*** | 0,174 | -1,701 | 0,182 | 1,840*** | 0,159 |
| 12 | Keputusan berdasarkan fakta | 1,584 | 4,873 | 0,634 | 1,885 | -0,957 | 0,384 | 1,141 | 4,112 | 2,175** | 8,803 |
| 13 | Hubungan dengan pemasok | -1,670 | 0,188 | -1,110 | 0,330 | 0,825 | 0,438 | 1,774 | 0,170 | 2,132** | 0,119 |
| | Konstanta | 5,730 | 0,003 | 7,625 | 0,000 | 11,570 | 0,000 | 7,120 | 0,001 | 4,115 | 0,016 |

***Nyata pada taraf nyata (α) 1%

**Nyata pada taraf nyata (α) 5%

*Nyata pada taraf nyata (α) 10%

Sumber: data diolah, 2015

III.5. Rekomendasi Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian terdapat dua karakteristik usaha dan enam prinsip SMM yang memengaruhi secara nyata kesiapan UMKM dalam menghadapi MEA 2015. Namun komitmen pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip tersebut masih menunjukkan lemah. Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah:

1. Pendidikan formal pemilik UMKM dan bentuk hukum usaha memiliki peran penting. Semakin tinggi tingkat pendidikan pemilik UMKM, maka kemungkinan pengelolaan keuangan dan karyawan akan semakin baik. Begitu pula dengan bentuk hukum usaha, UMKM yang memiliki bentuk hukum, memiliki pertanggungjawaban lebih besar kepada pihak internal dan eksternal. Dengan adanya bentuk hukum usaha, kemungkinan memperoleh pinjaman dana dari bank akan semakin mudah, sehingga dapat dilakukan pengembangan usaha.

2. UMKM harus berfokus pada kepuasan pelanggan. Hal ini dilakukan dengan memahami desain produk yang diinginkan pelanggan, terutama pada UMKM konveksi yang sistem produksinya dilakukan berdasarkan pesanan. Pada UMKM alas kaki/kulit, pengelola diharapkan menyediakan layanan pasca pembelian seperti jasa perbaikan apabila produk yang dibeli mengalami kerusakan.
3. Pemilik maupun pengelola harus dapat memimpin pihak-pihak internal UMKM terutama dalam penentuan dan pencapaian visi dan misi UMKM. Penciptaan visi dan misi bersama akan meningkatkan keterikatan antara karyawan dengan UMKM dan akan menurunkan tingkat *turnover* karyawan sebagaimana banyak dihadapi oleh para pengusaha alas kaki/kulit dan konveksi Bogor.
4. Pendekatan sistem terhadap manajemen perlu dilakukan untuk menyiapkan UMKM khususnya dalam aspek pemasaran. Salah satunya dengan menerapkan standar mutu produk seperti SNI, ISO 9000 atau ISO 14000 agar dapat meningkatkan kredibilitas produk dan usaha di mata pelanggan.
5. Perbaikan berkesinambungan dilakukan dengan cara terus belajar dan memperbaiki kelemahan-kelemahan UMKM, memberikan pelatihan bagi karyawan secara berkelanjutan, meningkatkan penggunaan teknologi terkini baik dalam hal produksi seperti penggunaan mesin, maupun penggunaan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar.
6. Agar pengambilan keputusan didasarkan pada fakta dan informasi, UMKM perlu memiliki *database* seperti laporan keuangan, laporan kegiatan produksi, catatan persediaan, dan sebagainya, untuk membantu dalam proses perencanaan dan kegiatan evaluasi UMKM.
7. UMKM perlu membina hubungan dengan pemasok lebih intensif dan saling menguntungkan dengan cara melibatkan pemasok dalam proses perencanaan, misalnya pemasok ikut serta dalam diskusi bersama pelanggan mengenai desain produk untuk menentukan bahan baku yang tepat untuk jenis/desain produk tertentu.
8. Sehubungan dengan hal-hal tersebut, implikasi kebijakan yang dapat diambil pemerintah memfasilitasi UMKM dalam menerapkan prinsip-prinsip tersebut. Untuk itu, Dinas Koperasi dan UMKM Kota dan Kabupaten Bogor diharapkan dapat memberikan pelatihan tenaga kerja, mengundang tenaga profesional dan memberikan pembekalan mengenai perdagangan bebas MEA 2015, serta pengarahan mengenai mekanisme perdagangan internasional agar UMKM lebih siap menghadapi MEA 2015. Dalam hal ini, pihak akademisi dapat melakukan seminar dan pelatihan bagi para pengusaha alas kaki/kulit dan konveksi Bogor, khususnya yang mana merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat.

IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan mengenai manajemen mutu dan kesiapan UMKM alas kaki/kulit dan konveksi bogor menghadapi MEA 2015, maka diperoleh kesimpulan bahwa karakteristik tingkat pendidikan pemilik UMKM dan badan hukum UMKM memiliki pengaruh nyata terhadap kesiapan UMKM menghadapi MEA 2015 dimana semakin tinggi tingkat pendidikan dari pemilik UMKM

dan semakin formal badan hukum UMKM maka semakin siap UMKM dalam menghadapi MEA 2015.

UMKM konveksi lebih siap menghadapi MEA 2015 dari aspek umum, pemasaran dan produksi/operasi/teknologi dibandingkan usaha alas kaki/kulit, namun pada aspek keuangan dan SDM kedua jenis UMKM tersebut dinyatakan tidak siap menghadapi MEA 2015.

Dari delapan prinsip manajemen mutu terdapat enam prinsip yang berpengaruh nyata terhadap kesiapan UMKM menghadapi MEA 2015 yaitu fokus pelanggan, kepemimpinan, pendekatan sistem terhadap manajemen, peningkatan berkesinambungan, pengambilan keputusan berdasarkan fakta, dan hubungan/kerjasama dengan pemasok, dimana penerapan prinsip pendekatan sistem terhadap manajemen dan prinsip pembuatan keputusan berdasarkan fakta masih menunjukkan komitmen lemah.

V. Daftar Pustaka

- Asian Development Bank. 2014. Asia SME Finance Monitor 2013 [internet]. [diacu 2015 Januari 30]. Tersedia pada: <http://www.adb.org/sites/default/files/pub/2014/asia-sme-finance-monitor-2013.pdf>.
- Benjamin TMP, Prasetyawan Y, Rusdiansyah A. 2012. Pengembangan Model Quality Management System (QMS) pada Industri Kecil dan Menengah. *Prosiding Seminar nasional Manajemen Teknologi XV*. ISBN:978-602-97491-4-4.
- Direktorat Jenderal Kerjasama ASEAN. 2009. Cetak Biru Komunitas ASEAN [internet]. [diacu 2015 Januari 30]. Tersedia pada: <http://www.smeccda.com/Files/Asean/Cetak%20Biru%20Komunitas%20Ekonomi%20ASEAN.pdf>.
- [Kemenkop] Kementerian Koperasi dan UKM RI. 2011. Narasi Statistik UMKM 2010-2011 [internet] [diacu 2014 Oktober 16]. Tersedia pada: http://www.depkop.go.id/phocadownload/data_statistik/statistik_UKM/narasi_statistik_umkm%202010-2011.pdf.
- Mulyati H. 2010. Analisis karakteristik UKM jaket kulit di Kabupaten Garut dengan menggunakan model “diamond” Porter. *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 1(1): 30-39.
- Rumahorbo N. 2015. Kesiapan ekspor ukm konveksi dan alas kaki/kulit bogor dalam menghadapi Asean Economic Community 2015 [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Santoso S. 2010. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta (ID): Elex Media Komputindo.
- Sarma M, Dewi FR, Siregar E. 2014. Pengembangan Industri Kecil Dan Rumah Tangga Alas Kaki Dalam Menuju Keberlanjutan Usaha Dan Menghadapi China Asean Free Trade Agreement. *Manajemen IKM*. 9 (1) : 67-75.
- Sarwono J. 2013. *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta (ID): Andi Yogyakarta.
- Septiani S, Sarma M, Limbong WH. 2013. Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Kebijakan Pemerintah terhadap Daya Saing Industri Alas Kaki di Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi* Vol IV, No 2, Agustus 2013. Hal 91-111.

- Susviarto, Suryahadi, Kadarisman D. 2012. Kajian Manajemen Mutu Usaha Kecil Menengah Sepatu di PD. Anugerah Hero – Ciomas. *Manajemen IKM*, Februari 2012 (20-27). Vol. 7 No. 1 Pp 20-27.
- Tambunan T. 2006. *Development of Small & Medium Enterprises in Indonesia from the Asia-Pacific Perspective*. Jakarta (ID): Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.
- Tambunan T. 2009. *SME in Asian Developing Countries*. London (UK): Palgrave Macmillan Publisher.
- Umar H. 2001. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta (ID): PT Raja Grafindo Persada.
- Widyastutik, Mulyati H, Putri EIK. 2010. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Klaster UMKM Alas Kaki di Kota Bogor yang Berdaya Saing. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. 7 (1) : 16:26.
- World Economic Forum. 2015. Global Competitive Index 2014-2015 Rankings [internet]. [diacu 2015 Juli 2]. Tersedia pada: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/wpcontent/blogs.dir/54/mp/files/pages/files/we-f-gcr14-15-gatefold.pdf>.