

**PILIHAN RASIONAL USAHA
MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH
KERAJINAN SANDAL TOPENG
MALANGAN DALAM MENGHADAPI
MASYARAKAT EKONOMI ASEAN**

Jurnal Analisa Sosiologi

April 2019, 8(1): 94-112

Risdawati Ahmad¹, Okta Pujiana², Sajidah Muhabbatillah³, Nani Fhadillah⁴, Yogi Dwi Maulana Ibrahim⁵, Singgi Prasetya Devi⁶, Imamul Huda Al Siddiq⁷

Abstract

This study aims to explain the rational choice of Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) Kerajinan Sandal Topeng Malangan in determining strategies to face the ASEAN Economic Community (AEC). These MSME produce sandals and shoes combined with Malangan mask decorations and Yogyakarta's batik. Because of its uniqueness, this product has been successfully marketed domestically to overseas. This study uses a qualitative methods with a descriptive approach. Informant consisted of MSME owners and three workers. The technique of collecting data is done through observation, interviews, and documentation. The results of the study show that there are several strategies chosen by MSME owners as determinants in running a bussines. The strategy was chosen because it was considered rational, because it has more value than other strategies. Strategies that are used as rational choices include, among others, 1) incorporating culture elements, namely the Malangan mask and Yogyakarta 'batik tulis' on its products, the purpose of which is to be unique and to introduce regional local wisdom at national and international levels. 2) Promoting its products through exhibition activities, for marketing purposes. 3) Creating a comfortable atmosphere for works, because the work atmosphere determines the results of the work obtained. 4) Choosing to use reseller services to market the product rather than market is themselves, the goal of it is to focus more an production activities or product quality improvement, and consider the number of workers and the size of small business houses. 5) Completeness of thecnology so that work is more effective and efficient.

Keywords: ASEAN Economic Community, MSME (Micro, Small, Medium Enterprise), Rational Choice, Strategy

¹ Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang

¹ risdawta@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini untuk menganalisis pilihan rasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam menentukan strategi menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). UMKM ini memproduksi sandal dan sepatu dengan hiasan topeng Malangan dan batik tulis Yogyakarta. Produk ini telah berhasil dipasarkan di dalam negeri hingga keluar negeri. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan terdiri dari pemilik UMKM serta tiga orang pekerjanya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan, terdapat beberapa strategi yang dipilih oleh pemilik UMKM selaku penentu dalam menjalankan usaha. Strategi tersebut dipilih karena dianggap rasional, sebab memiliki nilai lebih dibandingkan strategi yang lain. Strategi yang dijadikan sebagai pilihan rasional antara lain, 1) memasukkan unsur budaya yakni topeng Malangan dan batik tulis Yogyakarta pada produknya, tujuannya agar memiliki keunikan serta untuk memperkenalkan kearifan lokal daerah di tingkat nasional maupun internasional. 2) Mempromosikan produknya melalui kegiatan pameran, untuk tujuan pemasaran. 3) Menciptakan suasana yang nyaman bagi pekerja, karena suasana kerja menentukan hasil pekerjaan yang diperoleh. 4) Memilih menggunakan jasa *reseller* untuk memasarkan produk dibandingkan memasarkannya sendiri, tujuannya agar lebih fokus pada kegiatan produksi atau peningkatan kualitas produk, serta mempertimbangkan jumlah pekerja dan ukuran rumah usaha yang kecil. 5) Kelengkapan teknologi agar pekerjaan lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci: UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah), Masyarakat Ekonomi ASEAN, Pilihan Rasional, Strategi.

PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan realisasi pasar bebas yang terbentuk dari hasil kesepakatan antara negara-negara di lingkup Asia Tenggara. Pembentukan MEA bertujuan untuk meningkatkan stabilitas perekonomian di kawasan ASEAN, serta diharapkan mampu menghadapi masalah-masalah dibidang ekonomi antar negara-negara ASEAN (Firdaus, dkk. 2018). Dengan bergabung menjadi anggota MEA, setiap negara dihadapi oleh berbagai tantangan. Hendri Saparini mengatakan bahwa kesiapan Indonesia dalam menghadapi MEA baru mencapai 82%, salah satu tantangannya adalah membanjirnya tenaga kerja asing di Indonesia serta kesamaan produk dari berbagai negara anggota MEA (Susilo, 2010). Oleh sebab itu, setiap negara berlomba dalam meningkatkan daya saing produk mereka diberbagai sektor perekonomian.

Salah satu sektor perekonomian di Indonesia yang berpotensi menjawab tantangan MEA adalah UMKM. UMKM (Usaha Mikro, Kecil

dan Menengah) merupakan salah satu penggerak kegiatan perekonomian di Indonesia, hal ini dibuktikan dengan data dari Badan Pusat Statistik yang menyebutkan bahwa pada tahun 2012-2017 jumlah penyerapan tenaga kerja di sektor ini meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% (Chandra, 2016). Selain itu, UMKM juga mampu tetap berdiri kokoh saat terjadi krisis ekonomi pada periode tahun 1997-1998. Jumlah UMKM tidak berkurang pada saat itu, justru meningkat bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja hingga tahun 2012 (Putra, 2016).

Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat pada tahun 2013 jumlah unit UMKM di Indonesia mencapai 57.895.721 (Henley, 2017). Salah satunya di Kota Malang, Jawa Timur. Berdasarkan hasil survey Dinas Koperasi, pada tahun 2014 jumlah UMKM di Kota Malang adalah 800 unit (Ina, 2017). Daerah penyumbang jumlah UMKM terbanyak di Kota Malang adalah Kecamatan Blimbing yaitu 495 unit. UMKM di kecamatan ini berpusat di Kelurahan Polehan, salah satunya adalah Kerajinan Sandal Topeng Malangan yang terletak di Jalan Nakula 18 RT 04 RW 05.

Produk yang dihasilkan berupa sandal dan sepatu dengan motif batik dan hiasan topeng Malangan. Menurut Solikatin (2014) penggunaan bahan-bahan lokal dalam proses produksi seperti ini dapat memperkuat pembangunan perekonomian nasional. UMKM yang berdiri sejak tahun 2010 ini telah berhasil memasarkan produknya hingga ke California dan Singapura. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari strategi yang dipilih oleh pelaku usaha. Strategi sendiri merupakan cara yang dilakukan UMKM untuk meningkatkan daya saingnya, baik dalam hal produksi maupun pemasaran.

Strategi yang ditentukan oleh pemilik usaha berdasarkan pilihan yang dianggap rasional karena memiliki nilai yang menguntungkan bagi UMKM. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji pilihan rasional pengusaha Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan ini adalah teori pilihan rasional yang

dikemukakan oleh James S. Coleman, ia mengatakan bahwa “tindakan yang dilakukan oleh seseorang didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai, dan tujuan tersebut adalah tindakan yang ditentukan oleh nilai atau preferensi” (Ritzer, 2014).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji permasalahan sejenis dengan penelitian ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ariani & M. Nur Utomo (2017) tentang Strategi Pengembangan UMKM di Kota Tarakan. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa strategi yang digunakan antara lain mempertahankan kualitas bahan baku, legalitas produk, persaingan harga, dan peningkatan SDM. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Fadhlir Rahman & M. Kholid Mawardi (2017) mengenai strategi UMKM dalam membangun *brand* toko *online* di *marketplace* pada Komunitas Tokopedia Bekasi. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa strategi yang digunakan yaitu membangun popularitas, kredibilitas, dan merancang iklan yang menarik. Selanjutnya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Alief Rakhman Setyanto, *dkk* (2015) memfokuskan penelitiannya pada pengembangan UMKM di Kampung Batik Laweyan melalui modal sosial atau kerjasama dengan mitra bisnis dalam memproduksi batik.

Agar memperoleh konteks kebaruan dalam penelitian ini, maka peneliti menentukan fokus permasalahan yang berbeda dari beberapa penelitian terdahulu. Pada penelitian ini, peneliti menambahkan aspek inovasi produk berbasis kearifan lokal yang mengangkat budaya Kota Malang dan diperkenalkan melalui perdagangan bebas ke dunia internasional, dimana inovasi tersebut tidak terdapat dalam beberapa penelitian terdahulu. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi UMKM atau pengusaha lainnya dalam memilih strategi usaha untuk menghadapi MEA.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan prosedur pemecahan masalah dengan cara menyelidiki dan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) saat sekarang berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana

adanya, guna membuat kesimpulan-kesimpulan sebagai hasil analisis permasalahan penelitian (Nawawi, 1991 dalam Creswell, 2015). Alasan dipilihnya pendekatan ini karena permasalahan yang dikaji mengenai pilihan rasional pelaku usaha kerajinan sandal topeng Malangan dalam menghadapi MEA, dimana permasalahan tersebut memerlukan sejumlah data lapangan yang bersifat aktual dan konseptual. Selain itu, pendekatan ini juga lebih peka dan mampu menyesuaikan diri terhadap pengaruh nilai dan situasi yang berubah-ubah selama penelitian berlangsung (Moleong, 2017).

Penelitian ini dilakukan pada pemilik serta pekerja di UMKM yang ada di Kota Malang selama tiga bulan yakni pada Bulan Oktober hingga Desember 2018. UMKM yang menjadi tempat penelitian berada di Jalan Nakula 18 RT 04 RW 05 Kelurahan Polehan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Alasan dipilihnya tempat tersebut karena merupakan pusat UMKM di Kecamatan Blimbing. Sedangkan alasan dipilihnya UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan, dikarenakan UMKM ini memiliki keunikan dibandingkan UMKM lain, dimana UMKM ini menggabungkan barang produksinya berupa sandal dan sepatu dengan hiasan topeng Malangan yang merupakan ciri khas Kota Malang dan juga batik tulis Yogyakarta. Berkat keunikannya, produk ini telah berhasil dipasarkan di berbagai daerah di Indonesia hingga keluar negeri (California dan Singapura).

Teknik pemilihan informan pada penelitian ini melalui *purposive sampling* atau pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap mampu menjawab permasalahan penelitian (Nasution, 2006). Informan pada penelitian ini terdiri dari empat orang, berikut nama inisial dari keempat informan tersebut, Pak JK selaku pemilik usaha, Pak SU karyawan bagian kap/penjahit, Mbak NU karyawan bagian finishing, dan Mas RE karyawan bagian sol. Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh secara langsung di lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta data sekunder yang diperoleh melalui bahan bacaan baik diperpustakaan maupun internet.

Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (Sahid, 2010) yang terdiri dari reduksi data yaitu menulis hal-hal yang

bersifat pokok di lapangan. Selanjutnya, melakukan penyajian data yang diuraikan secara singkat dalam bentuk naratif. Kemudian melakukan verifikasi data, yaitu peneliti mengkategorikan data yang dilanjutkan dengan menarik sebuah kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran umum UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan

UMKM ini terletak di Jalan Nakula 18 RT 04 RW 05, Kelurahan Polehan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. UMKM yang didirikan oleh Pak JK (44) ini memproduksi sandal, sepatu dan tas. Khusus untuk produksi sandal, Pak JK mengkobinasikannya dengan hiasan topeng Malangan dan batik tulis Yogyakarta. Namun seiring berjalannya waktu, Pak JK menambahkan hiasan topeng Yogyakarta. Alasan mengangkat tema budaya yaitu untuk melestarikan serta mengkampanyekan produk-produk daerah pada masyarakat luas.

Pak JK mulai menggeluti pekerjaannya sejak tahun 2010, namun baru memadukan sandal dan hiasan topeng Malangan pada tahun 2015. Ide ini muncul saat ia mengikuti pameran kerajinan tangan di Kota Malang, dan dinyatakan sebagai pemenang di pameran tersebut. Dalam menjalankan usahanya, Pak JK dibantu oleh 13 orang temannya yang dipilih berdasarkan pengalaman kerja mereka. Tiap pekerja memiliki perannya masing-masing, ada yang berperan sebagai pendesain, penjahit, sol, pembuat alas sandal maupun sepatu, hingga *finishing*. Para pekerja mulai beraktivitas sejak pukul 07.00 pagi hingga 15.00 sore, dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pada pukul 12.00 hingga 13.00 siang. Gaji yang diperoleh bisa berbeda antara satu dengan lainnya, tergantung jumlah produk yang dihasilkan serta tingkat kesulitan pekerjaannya. Namun, secara garis besar mereka mendapatkan gaji 15.000 hingga 35.000 perhari .

Pemahaman pelaku UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan terhadap Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak JK, ia mengatakan bahwa produk yang dihasilkan telah terjual hingga ke California dan Singapura

setelah diberlakukannya MEA, hal ini membuktikan bahwa MEA memberikan kesempatan yang sangat luas bagi pelaku usaha agar bisa eksis dalam mengembangkan usahanya. Berikut pemahaman informan mengenai konsep MEA:

Nama Informan (Inisial)	Pemahaman Terhadap MEA
Pak JK (40 tahun), pemilik UMKM	Memahami MEA sebagai jenis perdagangan yang membebaskan anggota-anggota negara yang tergabung didalamnya untuk memperjual-belikan produknya. Pak Joko juga percaya bahwa dengan diberlakukannya MEA tingkat persaingan antar pengusaha semakin tinggi, sehingga memotivasinya untuk terus memperbaiki kualitas produk agar mampu bersaing.
Pak SU (45 tahun), bagian penjahit	Pemahamannya terhadap MEA hanya sekilas, karena menurutnya MEA baru saja diterapkan di Indonesia. Ia mengartikan MEA sebagai bentuk perdagangan yang memudahkan keluar masuknya barang disuatu negara.
Mba NU (30 tahun), bagian <i>finishing</i>	Ia mengartikan MEA sebagai bentuk masuknya tenaga kerja asing di Indonesia, sehingga ia menganggap MEA dapat membahayakan posisi tenaga kerja Indonesia di negerinya sendiri.
Mas RE (17 tahun), bagian sol sepatu	Ia memahami MEA sebagai bentuk perdagangan bebas, dimana barang bebas keluar masuk suatu negara.

Tabel 1: Pemahaman Informan Terhadap Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Berdasarkan tabel diatas, disimpulkan terdapat empat tingkatan pemahaman informan terhadap MEA, yakni informan I yang benar-benar paham terhadap MEA, serta ia mengaku termotivasi dalam mengembangkan

kualitas produknya setelah diberlakukan MEA. Informan II mengaku memiliki tingkat pemahaman sedikit tentang MEA yang ia dapatkan saat bekerja di salah satu perusahaan sepatu di Bali. Informan III hanya memahami MEA sebagai proses masuknya pekerja asing ke Indonesia. Sedangkan informan IV memahami MEA sebagai bentuk perdagangan bebas. Hal ini berarti pemahaman pemilik UMKM maupun pekerjanya telah cukup memahami MEA. Meskipun hanya pengetahuan umumnya saja, namun dengan begitu dapat memotivasi mereka dalam mengembangkan usahanya.

Analisis faktor pendukung UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Topeng Malangan dalam menghadapi MEA. Faktor-faktor tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Faktor Pendukung	Keterangan
1	Sumber Daya Manusia (SDM)	SDM para pekerja UMKM didukung oleh pengalaman mereka pada bidang produksi sepatu bukan pada tingkat pendidikan
2	Bahan baku	Bahan baku utama terdiri dari topeng Malangan, topeng Yogyakarta, batik tulis Yogyakarta, kulit sapi. Bahan-bahan ini sangat mudah diperoleh
3	Kelengkapan teknologi	UMKM menyediakan teknologi berupa mesin jahit kepada setiap pekerjanya serta didukung pula oleh telepon seluler sebagai alat untuk memesan bahan baku maupun memasarkan produk
4	Lingkungan kerja	Menciptakan suasana kerja yang nyaman dan harmonis

Tabel 2: Faktor Pendukung UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, faktor pendukung yang dimiliki oleh UMKM dalam menghadapi MEA dapat dibedakan menjadi empat aspek. Keempat aspek tersebut dapat dipahami dalam penjabaran berikut:

1) Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM merupakan aset yang menjadi salah satu faktor keberhasilan menjalankan roda usaha. Pekerja di UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan berjumlah 13 orang dengan latar belakang pendidikan yang beragam mulai dari yang tidak tamat sekolah dasar hingga yang lulus sekolah menengah tingkat atas. Sistem penerimaan tenaga kerja sangat sederhana, yaitu dengan wawancara atau berbicara langsung dengan pemilik UMKM. Antara Pak JK dan pekerjanya sudah berteman sejak lama, sehingga mudah baginya untuk menilai kemampuan mereka masing-masing. Hal ini disampaikan Pak JK dalam kutipan wawancara sebagai berikut:

Saya merekrut pekerja berdasarkan pengalaman kerja mereka, kebetulan mereka semua teman-teman saya, jadi saya tahu betul kemampuannya. Kami disini tidak menggunakan ijazah dalam proses perekrutan, karena sekolah tinggi menjamin seseorang bisa melakukan pekerjaan ini (JK, wawancara, 1 Desember 2018).

Untuk tingkat pendidikan tidak diperhitungkan dalam proses perekrutan, para pekerja hanya bermodalkan kemauan, kemampuan, dan loyalitas pada pekerjaan yang ia tekuni.

2) Kemudahan memperoleh bahan baku

Unsur ini tidak kalah penting, karena menentukan cepat lambatnya pekerjaan dapat terselesaikan. Bahan baku yang dibutuhkan antara lain kain batik tulis yang dibeli secara online dari Jogjakarta dan berfungsi sebagai hiasan pada sandal, sepatu maupun tas. Selanjutnya topeng Malangan dan topeng Jogjakarta yang dibeli dari langganannya. Karena telah berlangganan tetap, Pak JK mengaku tidak mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan tersebut. kemudian, kulit sapi yang merupakan bahan pembuatan sandal maupun sepatu yang dapat diperoleh dengan mudah, karena terdapat banyak pedagang yang menjualnya di Malang.

3) Kelengkapan teknologi

Salah satu kekuatan yang paling berpengaruh dalam membentuk kehidupan manusia adalah teknologi. Penggunaan teknologi dalam UMKM akan bermanfaat bagi efektivitas dan efisiensi kegiatan produksi, sehingga dapat menekan biaya operasional UMKM. Bagi UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan, penggunaan mesin jahit dapat mempercepat kegiatan produksi barang. Selain itu, telepon seluler juga dianggap memudahkan pemesanan bahan baku dari pemasok yang berasal dari luar kota serta membantu proses pemasaran, karena pelaku UMKM akan dimudahkan dalam berkomunikasi baik dengan *reseller* maupun dengan konsumen.

4) Keadaan lingkungan yang mendukung

Lingkungan yang dimaksud adalah lingkungan atau rumah tempat menjalankan usaha yang dapat mempengaruhi kinerja para pekerjanya, sehingga perlu menciptakan kondisi lingkungan yang nyaman dan harmonis. Seperti pada UMKM yang menjadi tempat penelitian, dimana para pekerja dan pemilik saling bercanda untuk mencairkan suasana. Antar pekerja pun tidak pernah merasa iri dengan perbedaan penghasilan yang mereka terima, karena mereka menyadari pekerjaan yang membutuhkan waktu dan usaha yang besar akan menghasilkan sesuatu yang besar pula. Sebagaimana yang ditemukan di UMKM ini dimana penghasilan yang diperoleh antar pekerja tidaklah sama, besar kecilnya penghasilan ditentukan oleh jenis pekerjaan yang mereka lakukan. Menurut tingkat kesukarannya, pekerja dibidang desain memperoleh jumlah pendapatan terbanyak dibandingkan pekerja lainnya. Namun perbedaan ini disikapi dengan bijak oleh para pekerja, sehingga tidak ada rasa iri diantara mereka.

Analisis peluang dan ancaman UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Peluang merupakan situasi yang diinginkan oleh UMKM, sedangkan ancaman merupakan penghalang bagi posisi yang diharapkan dan situasi yang tidak disukai dalam lingkungan UMKM. Berikut disajikan bentuk peluang dan ancaman bagi UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam menghadapi MEA:

Peluang	Ancaman
- Meningkatnya daya beli masyarakat	- Munculnya banyak perusahaan yang lebih besar dan sejenis
- Mudahnya akses dalam memperoleh bahan baku	- Proses tawar-menawar yang dilakukan oleh pembeli
- Daya beli dan minat terhadap produk yang tinggi	- Kurang mendapat perhatian dari pemerintah

Tabel 3: Peluang dan Ancaman UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam Menghadapi MEA

a) Peluang yang dimiliki UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan

Terdapat beberapa peluang bagi UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam mengembangkan usahanya. Diantaranya, majunya perekonomian Indonesia yang diiringi dengan meningkatnya daya beli masyarakat dapat menyebabkan tumbuhnya iklim investasi, sehingga memotivasi UMKM untuk menangkap peluang tersebut dengan cara mengembangkan bisnisnya dan menambah pasar yang belum dimasuki. Meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia berarti meningkat pula jumlah konsumen, sehingga dapat dijadikan peluang bagi UMKM dalam memasarkan produknya. Selain itu, permintaan sepatu atau sandal dari ibu-ibu kantor atau konsumen yang ingin membuat sepatu atau sandal seragam juga memberikan peluang bagi UMKM ini dalam usahanya.

b) Ancaman terhadap UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan

Munculnya persaingan bisnis pada jenis usaha yang sama merupakan sebuah realitas yang harus disikapi dengan bijak. Kebijakan pemerintah menyetujui adanya perdagangan bebas antara negara-negara ASEAN menjadi ancaman bagi UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan. Munculnya perusahaan besar dengan modal yang besar pula juga termasuk ancaman serius bagi perkembangan UMKM. Setelah diberlakukannya MEA, arus lalu lintas barang dan tenaga kerja bebas keluar masuk suatu

negara. Bahkan pengusaha dibebaskan membuka usaha apapun disuatu negara, hal ini menyebabkan banyaknya jenis usaha yang sama. Sehingga terjadi perebutan sumber daya alam antara para pelaku usaha.

Selain itu, ancaman lain bagi UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan adalah faktor tawar-menawar yang dilakukan oleh pembeli atau pemasok bahan baku. Dalam berbisnis, pembeli atau pelanggan diibaratkan raja yang dapat menawar harga sesuai kehendaknya. Artinya, pembeli dapat mempengaruhi UMKM dalam menentukan harga. UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan memiliki tiga *reseller* tetap yang bertugas memasarkan produk mereka. *Reseller* ini membeli produk dengan jumlah yang besar kemudian dipasarkan kembali. Harga yang diberikan oleh UMKM kepada *reseller* berdasarkan perjanjian yang disepakati, sehingga tidak ada tawar menawar lagi. Namun selain melalui *reseller*, UMKM ini juga memasarkan produknya sendiri secara eceran pada masyarakat sekitar, disinilah terkadang proses tawar-menawar itu terjadi.

Hal yang dirasa mengancam perkembangan UMKM selanjutnya adalah dukungan dari pemerintah. Pemilik usaha mengaku tidak mendapatkan bantuan sedikitpun dari pemerintah sejak ia memulai usahanya. Dikhawatirkan jika suatu saat terjadi keterpurukan dalam usahanya, tidak ada pihak yang dapat diandalkan sebagai pembantu modal.

Strategi UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Dalam mempersiapkan diri menghadapi MEA dari segala ancaman tentunya berbagai jenis UMKM berlomba untuk meningkatkan kualitas barang produksinya agar mampu bersaing. Oleh karena itu diperlukan strategi dari masing-masing UMKM agar mampu bertahan dalam persaingan tersebut. UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan sendiri memiliki beberapa strategi, antara lain:

No	Strategi UMKM	Keterangan
	Peningkatan kualitas	Menciptakan produk dengan memasukkan

1	dan standar produk	unsur kearifan lokal
2	Promosi produk	Melalui <i>online shop</i> , melalui pameran, dan tayangan di televisi oleh wartawan yang meliput
3	Fokus pada produksi	Hanya memfokuskan pekerjaan pada bagian produksi
4	Jalanan komunikasi dengan pekerja	Berusaha memahami karakter masing-masing pekerja
5	Kelengkapan teknologi	Disediakan satu jenis mesin untuk masing-masing pekerja untuk efektivitas dan efisiensi pekerjaan

Tabel 4: Strategi UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

a) Meningkatkan kualitas dan standar produk

Agar mampu memanfaatkan peluang serta potensi pasar di kawasan ASEAN, produk yang dihasilkan oleh UMKM harus memenuhi kualitas dan standar yang telah disepakati antara negara. Dalam meningkatkan kualitas produknya UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan membuat dobrakan melalui penciptaan produk yang ia kombinasikan dengan kearifan lokal daerah setempat. Dimana produk sandal dan sepatunya diberi motif atau hiasan topeng Malangan dan batik tulis asal Yogyakarta. Namun, topeng Malangan dianggap tidak tahan lama karena sering mengalami kerusakan dibagian wajah, sehingga Pak JK menambahkan motif topeng Yogyakarta. Meskipun demikian, topeng Malangan juga masih tetap digunakan hingga sekarang. Strategi ini dipilih karena keunikannya, selain dapat menarik minat konsumen juga sebagai alat untuk memperkenalkan kebudayaan lokal di dalam negeri maupun di kancah internasional.

b) Gencar mempromosikan produknya

Selain melalui *reseller*, UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan juga menjual produknya sendiri melalui *online shop*. Meskipun jumlah produk yang mereka pasarkan sendiri tidak sebanyak produk yang dipasarkan melalui *reseller* namun produk mereka sudah cukup dikenal

banyak orang. Produk yang dihasilkan sering diikuti pada kegiatan-kegiatan pameran di daerah Malang dan sekitarnya. Selain itu, produk ini juga dipromosikan melalui media sosial seperti Instagram. Ditambah lagi beberapa media baik televisi maupun koran sering meliput UMKM ini, dengan begitu produk mereka menjadi semakin terkenal di pasaran.

c) Memfokuskan usaha pada bidang produksi

Sebagaimana yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya bahwa UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan memiliki tiga *reseller*, sehingga Pak JK dapat memfokuskan pekerjaan pada proses produksi. Karena menurutnya, jika ia fokus pada produksi sekaligus pemasaran, maka produknya tidak akan berkembang seperti sekarang, sebab ia harus membagi waktunya untuk memproduksi dan memasarkan. Hal tersebut dianggap kurang efektif, karena jumlah pekerja hanya sedikit dan ukuran rumah tempat menjalankan usaha sangat sempit, sehingga dikhawatirkan jika ia melakukan dua bidang pekerjaan sekaligus justru akan mengecewakan konsumen karena tidak mampu memenuhi barang yang dipesan.

d) Menjaga komunikasi yang baik dengan pekerja

Pekerja merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan usaha, sehingga pemilik UMKM harus menjalin komunikasi baik dengan pekerjanya. Pemilik UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan berteman baik dengan pekerjanya, sehingga ia mampu memahami karakteristik mereka. Dengan begitu pemilik dapat menyesuaikan diri dengan pola komunikasi para pekerjanya.

e) Meningkatkan penggunaan teknologi

Teknologi produksi yang diterapkan disesuaikan dengan bahan-bahan yang akan diproduksi dan disesuaikan dengan permintaan pasar. Penerapan teknologi produksi diarahkan untuk memanfaatkan ketersediaan sumber daya lokal yang memiliki keunggulan komparatif dengan menggunakan teknologi tepat guna, sehingga diperoleh produktivitas sekaligus nilai tambah yang tinggi.

Melalui hasil observasi dan wawancara, peneliti memperoleh data bahwa teknologi yang dimiliki oleh UMKM ini sangat mendukung proses pekerjaan, bahkan ada beberapa mahasiswa dari salah satu universitas di Kota Malang menyumbangkan mesin jahit pada UMKM ini. Setiap satu

pekerja disediakan satu mesin guna mendukung pekerjaannya. Para pekerja terlihat sudah mahir dalam menggunakan mesin-mesin yang disediakan, sehingga tidak ada suatu kendala yang berkaitan dengan penguasaan teknologi.

Pembahasan

Kajian Teoritis: pilihan rasional pelaku UMKM dalam memilih strategi untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pilihan rasional James S. Coleman. Dalam teorinya, Coleman mengatakan bahwa “tindakan yang dilakukan oleh seseorang didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai, dan tujuan tersebut adalah tindakan yang ditentukan oleh nilai atau preferensi” (Ritzer. 2014). Teori pilihan rasional menganggap aktor sebagai individu yang memiliki tujuan serta suatu pilihan yang diyakini bernilai dan dapat menjadi landasan bagi aktor untuk menentukan sebuah pilihan berdasarkan pertimbangan secara mendalam dan kesadaran individu tersebut.

Aktor yang dimaksud adalah pelaku UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan atau Bapak JK selaku pemilik UMKM. Ia disebut aktor karena berperan penting dalam mengambil langkah guna mempersiapkan usahanya menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Seperti yang disebut dalam teori bahwa langkah-langkah yang diambil oleh aktor merupakan langkah-langkah yang dianggap rasional serta memiliki nilai dan menguntungkan bagi si aktor. Begitu pula dengan Pak JK ia memilih sejumlah strategi guna menyiapkan diri dalam menghadapi MEA karena strategi-strategi yang dipilih lebih menguntungkan dibandingkan strategi-strategi yang lain.

Untuk membahas apa yang sesungguhnya ada dibalik tindakan aktor dalam memilih strategi sebagai upaya mengembangkan usahanya dalam menghadapi MEA, maka penulis menyajikan beberapa proposisi sebagai jawaban dari tindakan atau pilihan aktor tersebut:

1) **Proposisi sukses**

Pengembangan usaha dengan melakukan beberapa strategi merupakan bentuk dari proposisi sukses yang ingin dicapai oleh aktor. Dengan mengkombinasikan barang produksinya dengan batik maupun topeng Malangan dan topeng Yogyakarta merupakan cara agar dapat mengunggulkan produknya di pasar dalam negeri maupun luar negeri. Setelah produknya dikenal banyak orang maka ia dapat dikatakan telah sukses dalam usaha memperkenalkan produknya tersebut.

2) **Proposisi nilai**

Untuk menjamin agar konsumen maupun *resellernya* tidak meninggalkan penjual, maka ia memperhatikan aspek nilai yaitu dengan menerima kembali barang yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen maupun *reseller*, aktor tidak pernah mengeluh atau menolak saat barangnya dikembalikan karena ketidaksesuaian dengan pesanan atau rusak.

3) **Proposisi kenyamanan pekerja**

Dalam hal ini aktor membebaskan pekerjanya untuk masuk kerja atau tidak. Hal tersebut dilakukan bukan tanpa alasan namun sebagai strateginya dalam menciptakan suasana harmonis dengan para pekerjanya. Meskipun begitu, pekerja yang memutuskan tidak masuk kerja harus memberikan alasan yang menjadi penghalangnya. Selain itu, aktor juga memperbolehkan pekerjanya untuk menyelesaikan pekerjaannya di rumahnya masing-masing jika memang ada halangan untuk datang ke tempat kerja.

4) **Proposisi rasionalitas**

Proposisi ini diwujudkan dalam bentuk pemilihan bahan baku. Aktor memilih bahan baku yang berkualitas sesuai kebutuhan dan keinginan *reseller*. Aktor rela memesan kain batik tulis serta hiasan topeng dari Yogyakarta, hal ini dilakukan dengan penuh pertimbangan, meskipun harga yang ia keluarkan tinggi namun kualitas yang ia dapatkan juga baik.

5) **Proposisi waktu**

Aktor juga mempertimbangkan waktu yang ia miliki dalam menjalankan usahanya. Ia memilih tiga orang *reseller* bukan tanpa

alasan, namun tindakannya ini memiliki nilai yang ia anggap menguntungkan baginya. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, bahwa *reseller* bertugas memasarkan produk yang dihasilkan UMKM. Dari sini terlihat adanya pembagian kerja, sehingga aktor hanya fokus pada bagian produksi agar barang yang ia hasilkan berkualitas. Karena jika ia melakukan pekerjaan sebagai produsen sekaligus pemasar maka hal itu akan membuat ia kebingungan dalam mengatur waktu.

KESIMPULAN

Strategi untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah dengan meningkatkan inovasi produk. Pengkombinasian produk dengan unsur kearifan lokal daerah setempat akan memberikan keunikan tersendiri pada produk sehingga akan meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi arus pasar bebas. Selain itu, pelaku bisnis UMKM juga harus dapat menumbuhkan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk lebih memilih produknya, strategi yang tepat untuk dipilih adalah menjalin hubungan baik dengan konsumen, menciptakan keharmonisan dan kenyamanan suasana kerja, serta memfokuskan pekerjaan pada produksi bukan pada pemasaran.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemilik UMKM Kerajinan Sandal Topeng Malangan hendaknya berusaha senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Serta menjaga hubungan baik dengan para pekerja, *reseller*, maupun konsumen agar pasar yang didapatkan semakin luas. Kemudian promosi yang dilakukan semakin gencar yakni dengan menambah alat promosi lainnya, jadi selain penggunaan jasa *reseller*, maupun melalui Instagram, cara lain dapat dilakukan misalnya melalui blog pribadi, youtube atau sebagainya. Meskipun pemilik hanya memfokuskan pada

kegiatan produksi namun penting untuk memperkenalkan produk tersebut kepada masyarakat luas.

2. Bagi peneliti selanjutnya, hendak mengupas lebih dalam mengenai permasalahan tentang strategi UMKM agar mendapat informasi yang lebih kompleks.
3. Bagi pemerintah, agar lebih memperhatikan nasib UMKM yang ada di Indonesia, dukung mereka untuk memajukan usahanya, karena keberadaan UMKM sangat penting, selain sebagai penyedia lapangan pekerjaan, UMKM juga berfungsi sebagai penyokong perekonomian negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, A & Utomo, M. Nur. 2017. Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. 13 (2) : 99-118.
- Chandra, A. Ardhi. 2016. *UMKM Serap 57,9 Juta Tenaga Kerja*. Detik Finance. Jakarta. 21 November. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3350243/umkm-serap-579-juta-tenaga-kerja>, diakses pada 1 Januari 2018.
- Creswell. 2015. *Riset Pendidikan: Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi, Riset Kualitatif, dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Firdaus, Fahmi., Rif'ih, M. Walidur., & Maharani, Bunga. 2018. Internet Financial Reporting: Ditektor Eskalasi Pembiayaan Modal Umkm Berbasis Stakeholder Value Sebagai Implementasi Financial Technology. *Jurnal Unmu Jember*. 1 (1) : 104-125.
- Henley, William. 2017. *Peluang UMKM dan Perbaikan Ketimpangan*. Kontan.co.id. 20 Februari. <https://m.kontan.co.id/news/analisis/peluang-umkm-dan-perbaikan-ketimpangan?page=2>, diakses pada 1 Januari 2019.
- Ina, Paulina Tamo. 2017. Penyusunan Anggaran Kas (Budgeting) Pada Toko Umkm Roti Fadillah Dikota Malang. *Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL)*. Malang : Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi.

- Moleong, L. J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2006. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Putra, A. H. 2016. Peran UMKM dalam Pembangunan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 5 (2) : 40-52.
- Rahman, Fadhlir & Mawardi M. Kholid. 2017. Strategi UMKM Dalam Membangun Brand Toko Online di Marketplace (Studi pada Komunitas Tokopedia di Kota Bekasi). *Jurnal Administrasi Bisnis UB*. 53 (1).
- Ritzer, G. 2014. *Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Terjemahan Terjemahan Saut Pasaribu, Rh. Widada, & Eka Adi Nugraha. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sahid, Rahmat. 2010. *Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Miles dan Huberman*. <https://www.scribd.com/document/211341201/Analisis-Data-Penelitian-Kualitatif-Model-Miles-Dan-Huberman>, diakses 3 Januari 2019.
- Setyanto, A. Rakhman., Samudro, B. Rizky., & Pratama, Y. Pasca. 2015. Kajian Pola Pengembangan UMKM di Kampung Batik Laweyan Melalui Modal Sosial dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan (JIEP)*. 15 (2) : 71-90.
- Solikatun, dkk. 2014. Kemiskinan Dalam Pembangunan. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 3 (1) : 70-90.
- Susilo, Y. Sri. 2010. Strategi Meningkatkan Daya Saing Umkm Dalam Menghadapi Implementasi Cafta Dan MEA. *UPN Veteran Yogyakarta*. 8 (2) : 70-78.