**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Ekonomi abad 21 ditandai dengan globalisasi ekonomi. Negara-negara di seluruh dunia menjadi satu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi tanpa rintangan batas teritorial. Globalisasi ekonomi akan mengakibatkan terkikisnya hambatan-hambatan yang secara tradisional masih ada yaitu lalulintas perdagangan barang dan jasa antar negara akan semakin bebas, lalu lintas perdagangan uang dan investasi semakin tinggi, pembelian aset domestik oleh asing yang tidak bisa dihindarkan.

Globalisasi ekonomi akan memberikan dampak pada dunia kerja misalnya:

1. pemberdayaan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas
2. perkembangan teknologi informasi (pengembangan perangkat lunak)
3. Dampak turunan teknologi (*Trickle down technology)*, teorinya mengemukakan bahwa perkembangan teknologi yang terjadi secara otomatis akan memecahkan masalah yang timbul, dalam hal ini pengangguran. Perkembangan teknologi akan meningkatkan efisiensi dan produktivitas, sehingga akan meningkatkan produksi dan menciptakan kesempatan kerja (Primiana, 2009: 77).

Perkembangan ekonomi global, menjadi tantangan bagi Indonesia yang harus siap menghadapi persaingan ketat dengan negara-negara lain baik dalam bidang produk/perdagangan (*product/trading*) maupun jasa-jasa (*services*). Indonesia sebagai salah satu negara anggota organisasi perdagangan dunia atau *World Trade Organization* (*WTO*), harus tunduk terhadap kesepakatan yang telah dibuat dalam bentuk *General Agreement on Tariffs and Trade* (*GATT)*. AFTA, ACFTA, dan APEC sebagai implementasi perdagangan bebas telah ditetapkan dan harus diberlakukan. AFTA diberlakukan tahun 2003, ACFTA diberlakukan pada tahun 2010, dan APEC diberlakukan pada tahun 2020. Indonesia telah memberikan komitmen bahwa kebijakan nasional akan sejalan dan senafas dengan prinsip-prinsip WTO.

 Dua masalah utama dalam era perdagangan bebas yang menjadi perhatian yaitu kompetisi dan seleksi alam. Kompetensi akan menempatkan Indonesia dalam suatu persaingan dan seleksi alam akan menempatkan Indonesia dalam suatu kekuatan pasar (seberapa jauh suatu negara dapat bertahan dalam arus mekanisme pasar).

 Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa kegiatan bisnis dalam era globalisasi mengarah pada meningkatnya ketergantungan ekonomi antar negara melalui peningkatan volume dan keragaman transaksi antar negara (*cross border transaction*) dalam bentuk barang dan jasa, aliran dana internasional (*international capital flows*), pergerakan tenaga kerja (*human movement*), dan penyebaran teknologi informasi yang cepat. Globalisasi merupakan suatu kekuatan yang memberikan pengaruh terhadap bangsa, masyarakat, kehidupan manusia, lingkungan kerja dan kegiatan bisnis di Indonesia. Kekuatan ekonomi global menyebabkan bisnis perlu melakukan tinjauan ulang terhadap struktur dan strategi usaha serta melandaskan strategi manajemennya dengan basis kewirausahaan (*entrepreneurship*)*,* efisiensi biaya (*cost efficiency*) dan peningkatan daya saing (*competitive advantages*).

 Masalah daya saing dalam pasar dunia yang semakin terbuka merupakan isu dan tantangan yang tidak ringan bagi Indonesia. Produk-produk Indonesia tidak akan mampu menembus pasar internasional tanpa dibekali kemampuan dan keunggulan daya saing yang tinggi. Produk impor yang masuk dapat mengancam posisi pasar domestik. Keunggulan kompetitif merupakan faktor yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Upaya meningkatkan daya saing dan membangun keunggulan kompetitif bagi produk Indonesia tidak dapat ditunda lagi dan harus menjadi perhatian berbagai kalangan, bukan saja bagi para pelaku bisnis, tetapi juga bagi aparat birokrasi dan anggota masyarakat yang merupakan lingkungan kerja dari bisnis. Bagi pelaku bisnis peningkatan keunggulan bersaing dapat dibangun melalui tingkat kesadaran yang tinggi terhadap faktor produktivitas, profesionalisme, kreativitas, perilaku efisiensi, kualitas produk dan layanan prima, yang merupakan ujung tombak dalam menghadapi persaingan global. Faktor produktivitas dan efisiensi menjadi komponen dasar dalam membangun harga produk yang bersaing.

Ekonomi global sangat berpengaruh terhadap kondisi perkonomian Indonesia, misalnya krisis keuangan di Amerika Serikat tahun 1997 yang berawal dari krisis *Subprime Mortage* yang selanjutnya diperparah dengan bangkrutnya perusahaan investasi raksasa Lehman Brothers. Krisis yang terjadi di AS ini membuat beberapa negara mengeluarkan bebagai kebijakan untuk mengantisipasi krisis keuangan yang lebih luas. Beberapa negara seperti Korea Selatan dan Thailand menyiapkan rencana darurat guna mengantisipasi keadaan terburuk. Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan di sektor moneter dan sektor riil untuk mengantisipasi keadaaan terburuk. Dampak krisis Ekonomi Amerika pada tahun 1997 dan di akhir tahun 2008 telah mengubah rencana-rencana perekonomian suatu negara, terutama negara yang banyak tergantung ekspornya kepada Amerika. Asumsi-asumsi yang telah dibuat di tahun 2008 untuk memprediksi pertumbuhan ekonomi tahun 2009 dikoreksi kembali dengan memperhatikan penurunan aktivitas ekonomi akibat terjadinya krisis. Ancaman dampak krisis menghantui ke berbagai lapisan baik pemerintah, dunia usaha maupun masyarakat. Krisis ini berpengaruh negatif terhadap hampir semua lapisan masyarakat dan hampir semua kegiatan ekonomi di dalam negeri, tidak terkecuali usaha kecil.

Pengaruh negatif dari krisis ekonomi di Indonesia terhadap perekonomian nasional dapat dirasakan terutama dalam bentuk tingkat inflasi yang tinggi, laju pertumbuhan ekonomi yang lambat, pendapatan riil masyarakat perkapita yang menurun, jumlah pengangguran, tingkat kemiskinan yang meningkat dan merosotnya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat. Amanat konstitusi Republik Indonesia yang menegaskan pembangunan nasional untuk memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa serta kemakmuran masyarakat menjadi terhambat.

Pasal 33 UUD 1945 secara prinsip menerangkan bahwa membangun perekonomian nasional disusun oleh kekuatan ekonomi rakyat. Salah satu bentuk usaha ekonomi yang berbasis kerakyatan adalah usaha kecil. Bentuk usaha tersebut sangat besar kontribusinya dalam perekonomian Indonesia, jika dilihat dari aspek-aspek seperti pembangunan ekonomi pedesaan, memerangi kemiskinan, peningkatan kesempatan kerja, sumber pendapatan dan peningkatan ekspor non migas (Sasono, 2001:11).

Usaha kecil sebagai salah satu pelaku ekonomi yang utama dalam perekonomian nasional telah memberikan kontribusi positif sebagai katup pengaman dan stabilisator perekonomian nasional pada saat krisis ekonomi. Usaha kecil berperan sebagai dinamisator perekonomian nasional dalam pemulihan ekonomi, serta sebagai motor dan inovator pertumbuhan ekonomi nasional pada saat ekspansi (BPS, 2009:334). Peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk Indonesia untuk terus melakukan pengembangan usaha kecil (Syahroza, 2007:64). Alasan-alasan mendasar pentingnya keberadaan usaha kecil menurut Berry et. al (2001:8) dalam Ibrahim dan Hapsari (2009: 28) antara lain:

1. Kinerja usaha kecil cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif.
2. Sebagai bagian dari dinamikanya, usaha kecil sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi.
3. Sering diyakini bahwa usaha kecil memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas daripada usaha besar.

Peran usaha kecil di Jawa Barat sangat besar. Distribusi usaha kecil terhadap perekonomian Jawa Barat setiap tahun mengalami peningkatan. Penyerapan tenaga kerja pada usaha kecil setiap tahun juga cederung mengalami peningkatan. Distribusi usaha kecil terhadap PDRB Jawa Barat dan penyerapan tenaga kerja usaha kecil di Jawa Barat digambarkan dalam Tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1**

**Distribusi Usaha Kecil terhadap Perekonomian Jawa Barat dan Penyerapan Tenaga Kerja 2008-2010**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tahun | Distribusi Usaha Kecil terhadap perekonomian Jawa Barat (%) | Penyerapan Tenaga Kerja |
| 2008 | 43,81 | 10.757.794 |
| 2009 | 44,21 | 11.319.397 |
| 2010 | 44,30 | 11.132.349 |

**Sumber : Kajian Peran KUMKM terhadap Perekonomian Jawa Barat,**

 **Dinas KUMKM Provinsi Jawa Barat dan BPS Provinsi Jawa**

 **Barat, 2011**

Kondisi dan fakta tersebut sejalan dengan hasil penelitian empiris yang dilakukan Demirbag *et al*., (2006) yang menyimpulkan bahwa keberhasilan usaha kecil (*small enterprises*) memiliki dampak langsung terhadap pembangunan ekonomi baik pada negara maju maupun negara berkembang. Usaha kecil memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja dengan biaya minimum, mereka adalah pelopor dalam dunia inovasi dan memiliki fleksibilitas tinggi yang memungkinkan usaha tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Secara makro usaha kecil di Indonesia, dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat khususnya dengan meningkatnya jumlah industri besar yang memproduksi barang dan jasa yang sejenis, apalagi didukung oleh penanaman modal asing (PMA). Jumlah perusahaan PMA tahun 2010 diperkirakan sebesar 19,54 persen atau separuh dari penanaman modal dalam negeri (PMDN). Berdasarkan lokasinya terkonsentrasi di Pulau Jawa (76,16%), khususnya Jawa Barat yang mencapai 38,5 % (BPS 2012). Sutopo (2011: 102) menyatakan secara mikro permasalahan usaha kecil dan menegah (UKM) dihadapkan pada permasalahan internal berupa rendahnya sumberdaya manusia (kurang terampil, kewirausahaan yang rendah, penguasan teknologi yang kurang, serta kurangnya manajemen dan penguasaan pasar).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyatakan bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Kriteria Usaha Kecil sebagaimana tertuang dalam Bab IV pasal 6 ayat 2 dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut :

**Tabel 1.2**

**Kriteria Usaha dalam UU RI No 20 Tahun 2008**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Jenis Usaha** | **Usaha Mikro** | **Usaha Kecil** | **Usaha Menengah** |
| **Kategori** |
| Kekayaan Bersih | Paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha | Lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha | Lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha |
| Penjualan tahunan | Paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) | Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) | Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah) |

**Sumber : UU RI No. 20 Tahun 2008**

 Usaha kecil sebagai embrio industri belum menunjukkan hasil maksimal. Usaha-usaha untuk mempertahankan industri yang ada diperlukan dengan melakukan penciptaan produk dan pembenahan terhadap hambatan-hambatan. Hal ini dilakukan untuk memperkuat usaha kecil agar struktur industri nasional lebih kuat. Struktur industri akan kuat bila ada dukungan kuat pemerintah pusat dan daerah untuk menghilangkan praktek-praktek yang menciptakan ekonomi biaya tinggi, komitmen untuk memajukan potensi lokal, konsistensi program dan infrastruktur yang mendukung. Semua pihak harus memiliki kesamaan pandang guna memecahkan berbagai persoalan yang dialami industri nasional yang tidak bersifat parsial dan berjangka pendek tetapi sistemik dan berjangka panjang.

Pemerintah Provinsi Jawa Barat menaruh perhatian penuh terhadap pemberdayaan dan pengembangan usaha kecil dengan menerbitkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 10 Tahun 2010 tentang Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Peraturan Daerah tersebut menyatakan bahwa usaha kecil mempunyai kedudukan dan peran strategis untuk meningkatkan perekonomian daerah. Pemerintah Provinsi Jawa Barat harus memberikan peran dalam mendorong dan memberikan perlindungan serta peluang berusaha yang kondusif agar mampu mewujudkan peran secara optimal dalam pembangunan ekonomi di daerah.

Usaha kecil secara umum sangat lemah dalam visi, sikap wirausaha dan manajemen bisnis yang paling mendasar. Eksistensi usaha kecil masih belum terlepas dari beberapa permasalahan klasik yang menyertainya. Berbagai studi dalam pengembangan usaha kecil di Indonesia menunjukkan bahwa usaha kecil mengalami kelemahan hampir di semua aspek terutama masalah akses modal dan kesempatan mendapatkan peluang usaha, masalah produksi, pemasaran, jaringan kerja dan teknologi (Primiana, 2009:10).

Masalah daya saing dalam pasar dunia yang semakin terbuka merupakan isu kunci dan tantangan bagi usaha kecil. Produk-produk usaha kecil tidak akan mampu menembus pasar tanpa dibekali kemampuan dan keunggulan daya saing yang tinggi. Produk impor dapat mengancam posisi pasar domestik. Upaya meningkatkan daya saing dan membangun keunggulan kompetitif bagi produk-produk usaha kecil harus menjadi perhatian berbagai kalangan, bukan saja bagi para pelaku usaha kecil tetapi juga bagi aparat birokrasi, berbagai organisasi dan anggota masyarakat yang merupakan lingkungan kerja dari usaha kecil.

Salah satu produk usaha kecil yang telah mendapat pengakuan dunia adalah batik. Batik Indonesia ditinjau dari sudut teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) oleh Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa **(**UNESCO) pada tanggal 2 Oktober 2009.

Batik menjadi salah satu sendi ekonomi yang penting karena mampu membuka lapangan pekerjaan dalam jumlah yang besar di Jawa Barat. Saat ini nilai penjualan batik tulis dan cap di Jawa Barat mencapai Rp 92 miliar per tahun dengan total perajin sekitar 3.000 orang ( Disperindag Jawa Barat, 2011:67).

Pengembangan sistem distribusi bagi usaha kecil masih belum dapat berjalan sebagaimana diharapkan. Usaha kecil batik cap dalam usaha perdagangan masih berjalan sendiri. Koordinasi antar usaha kecil belum ada sehingga mengakibatkan persaingan yang tidak sehat.

Usaha kecil batik cap adalah sekelompok perusahaan sesuai dengan karakteristik yang tertuang dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 yaitu memiliki aspek usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau usaha yang memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha kecil memiliki kekuatan dalam hal kebebasan untuk bertindak, fleksibel dan tidak mudah goncang. Sisi kelemahannya adalah bidang manajemen, organisasi, teknologi, sumberdaya dan pasar (Suryana, 2003:88). Kelemahan tersebut dapat diatasi melalui pembinaan dan pengembangan berbasis pada dua pilar utama yaitu: (1) tegaknya sistem dan mekanisme pasar yang kuat (2) berfungsinya aransemen kelembagaan atau regulasi pemetaan ekonomi yang efektif. Kedua pilar tersebut harus didukung oleh keberpihakan pemerintah dalam menetapkan kebijakan yang mampu memotivasi pertumbuhan usaha kecil (Primiana, 2009:9).

Usaha kecil batik cap perlu mendapat perhatian serta sentuhan pembinaan. Upaya yang diharapkan dapat dilakukan dengan mengambil langkah-langkah dan koordinasi usaha kecil melalui kemitraan antar usaha kecil atau usaha besar maupun lembaga keuangan lainnya dalam bentuk jaringan kerjasama, sehingga terbentuk adanya etika perdagangan yang sehat dan terkoordinasi, disamping memotivasi daya juang usaha kecil dengan harapan bisa mencapai kinerja secara efektif dan efisien dengan hasil yang maksimal, realistis dan rasional (Suryana: 2003:50).

Usaha kecil diharapkan menerapkan strategi bisnisnya dengan cermat dan seksama. Strategi yang dilakukan dengan melakukan analisis lingkungan. Wheelen dan Hunger (2002: 50) menyatakan *” Environmental analysis is a process of planning a strategy to monitor the environmental sector in determining the opportunities or threats against the company*”. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa analisis lingkungan merupakan suatu proses dalam membuat perencanaan strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan.

Wheelen dan Hunger dalam Agung (2003:54) mengklasifikasikan lingkungan eksternal menjadi dua kategori, yaitu lingkungan masyarakat (*societal environment*) dan lingkungan tugas (*task environment*) perusahaan. Lingkungan masyarakat merupakan kekuatan yang secara tidak langsung menyentuh kegiatan organisasi dalam jangka pendek, tetapi dapat mempengaruhi keputusan-keputusan organisasi dalam jangka panjang. Lingkungan masyarakat menyangkut kekuatan ekonomi, kekuatan teknologi, kekuatan kebijakan pemerintah daerah, dan kekuatan sosial budaya. Lingkungan tugas merupakan elemen-elemen atau kelompok-kelompok yang secara langsung mempengaruhi perusahaan, meliputi pemerintah, masyarakat lokal, pesaing, pelanggan, kreditur, serikat buruh/pekerja, kelompok-kelompok kepentingan dan asosiasi perdagangan. Lingkungan tugas perusahaan pada dasarnya merupakan industri dimana perusahaan beroperasi. Analisis industri berkenaan dengan pemeriksaaan secara seksama dan mendalam faktor-faktor penting dalam lingkungan tugas perusahaan.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan terhadap 100 usaha kecil batik cap, rata-rata 36% responden menyatakan kondisi lingkungan eksternal dalam kondisi cukup baik. Survey meliputi beberapa indikator penting dalam lingkungan eksternal menurut Wheelen dan Hunger (2003:45) antara lain ekonomi, teknologi, kebijakan pemerintah daerah, sosiokultural.

**Tabel 1.3**

**Lingkungan Eksternal Usaha Kecil Batik Cap di Jawa Barat**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | LingkunganEksternal | Sangat Baik | Baik | Cukup | Kurang Baik | Sangat Kurang Baik |
| 1 | Kondisi perekonomian | 5% | 10% | 25% | 40% | 20% |
| 2 | Teknologi yang dimiliki | 0% | 10% | 41% | 29% | 20% |
| 3 | Kebijakan pemerintah daerah terhadap usaha kecil | 5% | 17% | 43% | 27% | 8% |
| 4 | Faktor sosial | 7% | 33% | 35% | 20% | 5% |
|  | Rata-rata | 4,25% | 17,5% | 36% | 29% | 13,25% |

Sumber : prasurvey

Hitt, Duane dan Hoskisson dalam Armand Adiyanto (2004:18) menyatakan bahwa lingkungan umum merupakan sekelompok elemen-elemen dalam masyarakat yang lebih luas yang mempengaruhi suatu industri dan perusahaan-perusahaan yang ada di dalamnya. Lingkungan internal yang secara strategis bertanggung jawab terhadap kemungkinan keberhasilan perusahaan. Manajemen berusaha mengetahui alasan-alasan faktor penentu perusahaan yang mengukur kekuatan dan kelemahan dengan melalui : (1) kinerja masa lalu (2) pesaing perusahaan (3) industri sebagai satu kesatuan.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan terhadap 100 usaha kecil batik cap diperoleh informasi bahwa kondisi lingkungan interrnal perusahaan berada dalam kondisi cukup baik (rata-rata 35,55). Survey meliputi beberapa indikator penting dalam lingkungan internal menurut Wheelen dan Hunger (2003:45) antara lain sumber daya, budaya organisasi dan struktur.

**Tabel 1.4**

**Lingkungan Internal Usaha Kecil Batik Cap di Jawa Barat**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | LingkunganInternal | Sangat Baik | Baik | Cukup | Kurang Baik | Sangat Kurang Baik |
| 1 | Sumber daya yang dimiliki | 8% | 12% | 25% | 40% | 15% |
| 2 | Budaya Organisasi | 7% | 26% | 39% | 16% | 12% |
| 3 | Struktur | 12% | 20% | 42% | 15% | 11% |
|  | Rata-rata | 9% | 19,33% | 35,33% | 23,67% | 12,67% |

Sumber : prasurvey

Pengetahuan tentang lingkungan merupakan prasyarat sebelum perusahaan dapat mengambil keputusan strategis. Pola interaksi antara individual dan kelompok yang muncul sebagai keputusan strategis dapat mempengaruhi kualitas keputusan, juga tingkat efektifitas dan kecepatan diimplementasikannya keputusan tersebut (Hitt, Duane dan Robert, 2004:26).

Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam rangka meningkatkan kemitraan dan pemberdayaan usaha kecil menerbitkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 8 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Dana Bergulir Bagi Usaha Mikro dan Kecil sebagai salah satu upaya pemberdayaan usaha kecil, yang dalam pelaksanaannya diatur Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 57 Tahun 2011 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Dana Bergulir Bagi Usaha Mikro dan Kecil.

Keseriusan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan mengeluarkan dana bergulir merupakan upaya meningkatkan kemitraan di Jawa Barat. Gummesson (2001: 88) menyatakan ” *Needs of small business through a partnership or not, can be assessed from the three stages of a small business situation analysis : internet, intranet and extranet”*. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa kebutuhan usaha kecil melakukan kemitraan atau tidak, dapat dikaji dari tiga tahap usaha kecil tersebut melakukan analisis situasi yang diistilahkan dengan tahap internet, intranet dan extranet.

Keberhasilan kemitraan usaha sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnisnya (Hafsah, 2000:43). Pelaku-pelaku yang terlibat langsung dalam kemitraan harus memiliki dasar-dasar etika bisnis yang dipahami dan dianut bersama sebagai titik tolak dalam menjalankan kemitraan. Keraf dalam Bertens (2000: 35) menyatakan bahwa etika merupakan sebuah refleksi kritis dan rasional mengenai nilai, norma moral yang menentukan dan terwujud dalam sikap dan pola perilaku hidup manusia baik sebagai pribadi maupun sebagai kelompok. Keberhasilan kemitraan usaha tergantung pada adanya kesamaan nilai, norma, sikap dan perilaku dari para pelaku yang menjalankan kemitraan tersebut.

Secara normatif, etika bisnis di Indonesia baru mulai diberi tempat khusus semenjak diberlakukannya UUD 1945, khususnya pasal 33 (Yosephus, 2010:141). Pesan moral dan amanat etis pasal 33 UUD 1945 adalah pembangunan ekonomi negara RI semata-mata demi kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia yang merupakan subjek atau pemilik negeri ini. Pembangunan ekonomi Indonesia menurut pasal 33 UUD 1945 tidak diperuntukkan bagi segelintir orang yang memperkaya diri atau untuk kelompok orang tertentu saja yang kebetulan tengah berposisi strategis, melainkan demi seluruh rakyat Indonesia.

Seiring dengan munculnya masalah pelanggaran etika dalam bisnis menyebabkan dunia perdagangan menuntut etika dalam berbisnis segera dibenahi agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik. Sebuah bisnis yang baik harus memiliki etika dan tanggung jawab sosial sesuai dengan fungsinya baik secara mikro maupun makro. Kegiatan dalam bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara, bahkan tindakan yang identik dengan kriminal pun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan. Pemetaan pola hubungan dalam bisnis seperti itu dapat dilihat bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terwujud dalam suatu pola hubungan yang bersifat interaktif. Contoh pelanggaran etika bisnis antara lain pelanggaran etika bisnis terhadap transparansi, pelanggaran etika bisnis terhadap akuntabilitas, pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip pertanggungjawaban, pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip kewajaran, pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip kejujuran, pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip empati

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan terhadap 100 usaha kecil batik cap diperoleh informasi bahwa pelaksanaan etika bisnis usaha kecil batik cap sudah baik dengan nilai rata-rata sebesar 32,2%. Pelaksanaan etika bisnis berdasarkan pada prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan dan prinsip integritas moral.

**Tabel 1.5**

**Etika Bisnis pada Usaha Kecil Batik Cap di Jawa Barat**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Pelaksanaan Etika Bisnis | Sangat Baik | Baik | Cukup | Kurang baik | Sangat Kurang Baik |
| 1 | Prinsip otonomi | 12% | 34% | 23% | 21% | 10% |
| 2 | Prinsip kejujuran | 22% | 24% | 33% | 16% | 5% |
| 3 | Prinsip keadilan | 17% | 29% | 23% | 19% | 12% |
| 4 | Prinsip saling menguntungkan | 5% | 44% | 20% | 20% | 11% |
| 5 | Prinsip integritas moral | 16% | 30% | 16% | 23% | 15% |
|  | Rata-rata | 14,4% | 32,2% | 23% | 19,8% | 10,6% |

Sumber : prasurvey

Beberapa prasyarat dalam melakukan kemitraan usaha antara usaha kecil dan usaha besar, diantaranya harus ada komitmen yang kuat diantara pihak-pihak yang bermitra. Kemitraan usaha memerlukan adanya kesiapan yang akan bermitra, terutama pada pihak usaha kecil yang pada umumnya tingkat manajemen usaha dan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang rendah, agar mampu berperan sebagai mitra yang handal. Pembenahan manajemen, peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemantapan organisasi usaha mutlak harus diserasikan dan diselaraskan, sehingga kemitraan usaha dapat dijalankan memenuhi kaidah-kaidah yang semestinya. Kothandarama dan Wilson (2001:379) menyatakan ” *The company must have the trust and confidence that the relations between their business partners is a strategic asset that must be nurtured seriously. Confidence and professionalism must be maintained properly to produce the performance of mutual benefit between the various parties”.* Pernyataantersebut menegaskan bahwa perusahaan harus memiliki kepercayaan dan keyakinan bahwa relasi antar mitra bisnis mereka merupakan aset strategis perusahaan yang harus dibina dengan serius. Kepercayaan dan sikap profesionalisme harus dijaga dengan baik untuk menghasilkan kinerja yang saling menguntungkan antar berbagai pihak.

Kegagalan kemitraan pada umumnya disebabkan oleh fondasi dari kemitraan yang kurang kuat dan hanya didasari oleh belas kasihan semata atau atas dasar paksaan pihak lain, bukan atas dasar kebutuhan untuk maju dan berkembang bersama dari pihak-pihak yang bermitra. Kemitraan yang tidak didasari oleh etika bisnis (nilai, moral, sikap dan perilaku) yang baik, maka dapat menyebabkan kemitraan tersebut tidak berjalan dengan baik. Kesimpulan uraian di atas bahwa berjalan tidaknya kemitraan usaha yang dilakukan usaha kecil tergantung pada kesetaraan nilai-nilai, moral, sikap dan perilaku dari para pelaku kemitraan. Keberhasilan kemitraan usaha tergantung pada adanya kesetaraan budaya organisasi (Hafsah, 2000:87).

**Tabel 1.6**

**Profil Kemitraan Usaha Kecil Batik Cap**

**di Provinsi Jawa Barat, 2009-2010**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kategori | **2009** | **Persentase** | **2010** | **Persentase** |
| Banyaknya usaha Kecil | 207 | 100 | 207 | 100 |
| Tidak Menjalin Kemitraan | 72 | 34,78 | 69 | 33,33 |
| Menjalin kemitraan | 135 | 65,23 | 138 | 66,67 |
|  |  |  |  |  |
| Pinjaman uang/Barang Modal | 135 | 100 | 135 | 100 |
| Pemasaran | 108 | 80 | 126 | 93,33 |
| Bimbingan Usaha | 121 | 89,63 | 116 | 85,92 |
| Lainnya | 127 | 94,07 | 124 | 91,85 |

**Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Barat (Bidang Kemitraan dan Pengembangan Produk UMKM) dan Profil Usaha Mikro dan Kecil, BPS, 2011 dan 2012 (diolah)**

Tabel 1.3 memperlihatkan banyaknya usaha kecil batik cap yang menjalin kemitraan dengan usaha lain dan jenis kemitraan yang diterima usaha kecil di Provinsi Jawa Barat tahun 2009-2010. Tabel 1.3 menggambarkan bahwa selama tahun 2009 sampai 2010 terjadi peningkatan usaha kecil yang menjalin kemitraan dari 65,23 persen menjadi 66,67 persen. Jenis kemitraan pinjaman modal tidak mengalami perubahan sebesar 100 persen, kemitraan bidang pemasaran naik dari 80 persen ke 93,33 persen. Kemitraan dalam bimbingan usaha turun dari 89,63 persen menjadi 85,92 persen dan kemitraan lainnya mengalami penurunan dari 94,07 persen menjadi 91,85 persen.

Usaha kecil pada umumnya memiliki kelemahan di dalam menganalisis situasi yaitu memantau dan mengantisipasi secara terus menerus untuk menyesuaikan usaha mereka dengan perubahan lingkungan. Kelemahan ini menimbulkan terjadinya kesenjangan kapabilitas yang hanya akan menciptakan nilai pelanggan inferior dan berakibat pada kelemahan dalam bersaing. Pemberdayaan usaha kecil sangat dibutuhkan melalui kerangka kerja pemasaran strategik dengan pendekatan kemitraan yang terintegrasi. Kemitraan harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi dari masing-masing usaha kecil. Usaha membangun kemitraan terintegrasi perlu dimulai dengan persamaan persepsi terlebih dahulu diantara para pengurus (*internet-internal relationship networking*).

Perkembangan teknologi yang cepat memungkinkan perusahaan bersaing secara global walaupun dengan dalam bentuk usaha kecil. Kebijakan kemitraan usaha menjadi sangat penting dan cukup strategis untuk membantu pengembangan ekonomi masyarakat, sektor perkonomian daerah tertinggal. Hit, Duane dan Hoskisson dalam Armand Adiyanto (2004:58) menyatakan kadang-kadang perusahaan berpartisipasi dalam sebuah kemitraan, yang merupakan sejumlah pertalian yang relevan secara kompetitif dan dapat diidentifikasi antara lebih dari dua perusahaan yang relatif dapat diperbandingkan.

Proses hubungan keterkaitan yang berkembang selanjutnya membentuk empat macam pola kemitraan yaitu pola dagang, pola vendor, pola sub kontrak dan pola pembinaan. Kemitraan akan berhasil apabila usaha besar dan usaha kecil saling membutuhkan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Salah satu tidak terpenuhi maka program kemitraan tidak dapat berjalan lancar.

Primiana (2009:22) menyatakan bahwa hubungan kemitraan yang sederajat, saling membutuhkan dan menguntungkan hendaknya dilaksanakan dalam beberapa tahap;

1. Mengidentifikasi usaha kecil yang mempunyai potensi untuk tumbuh pesat
2. Membina usaha kecil sampai menjadi mandiri
3. Menjalin kemitraan usaha dengan mengembangkan usaha kecil yang mandiri sebagai subkontraktor dari industri besar. Kemitraan dapat terhambat jika perusahaan besar melakukan intergrasi dari hulu sampai ke hilir. Kondisi ini perlu keterlibatan pemerintah sebagai regulator.

Kunci keberhasilan usaha kecil dalam persaingan baik pasar domestik maupun pasar global adalah membangun kemitraan dengan usaha besar. Pengembangan usaha kecil memang dianggap sulit dilakukan tanpa melibatkan partisipasi usaha-usaha besar. Usaha kecil dapat melakukan ekspor melalui perusahaan besar yang sudah menjadi eksportir. Kemitraan merupakan salah satu solusi untuk mengatasi kesenjangan antara usaha kecil dan usaha besar. Kesimpulan uraian di atas adalah bahwa tumbuh kembangnya usaha kecil di Indonesia tidak terlepas dari fungsinya sebagai mitra dari usaha besar yang terikat dalam suatu pola kemitraan usaha. Tujuan strategis dari kemitraan ini adalah untuk melayani kepentingan bersama dengan meningkatkan kinerja jaringan. Strategi kemitraan dapat digunakan untuk membentuk aliansi yang stabil dan dinamis, dan jaringan aliansi di dalam perusahaan individual.

Kemitraan yang dilakukan oleh usaha kecil batik cap di Jawa Barat merupakan implementasi Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 111 Tahun 2007 tentang Perubahan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 77 Tahun 2007 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal pada Lampiran II point b Nomor 25 tentang Bidang Usaha Kemitraan usaha kecil Batik Cap dengan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 17124 Sektor Perindustrian.

Kemitraan dilakukan dengan perusahaan besar, lembaga keuangan pemeritah dan lembaga usaha untuk mengatasi kendala permodalan pengusaha batik. Yayasan Batik Jawa Barat membidik program CSR (*Community Social Responsibility*) di tiap BUMN, BUMD atau perusahaan swasta agar mau menyalurkan kredit lunak ke pengusaha batik. Salah satu contoh kemitraan usaha adalah pendampingan yang dilakukan oleh Rumah Batik Komar dengan Batik Bintang Pustaka.

Kemanfaatan kemitraan dapat ditinjau dari 3 (tiga) sudut pandang. Pertama, dari sudut pandang ekonomi, kemitraan usaha menuntut efisiensi, produktivitas, peningkatan kualitas produk, menekan biaya produksi, mencegah fluktuasi suplay, menekan biaya penelitian dan pengembangan, dan meningkatkan daya saing. Kedua, dari sudut moral, kemitraan usaha menunjukkan upaya kebersamaan dalam kesetaraan. Ketiga, dari sudut pandang sosial politik, kemitraan usaha dapat mencegah kesenjangan sosial, kecemburuan sosial dan gejala sosial politik. Kemanfaatan ini dapat dicapai sepanjang kemitraan yang dilakukan didasarkan pada prinsip saling memperkuat, memerlukan dan menguntungkan.

 Berkaitan dengan kemitraan usaha kecil batik cap, kemitraan dengan lembaga keuangan berkaitan dengan penyedia modal kerja berupa kredit. Kemitraan dengan pemerintah berkaitan dengan aspek pembinaan dan perijinan. Kemitraan yang dilakukan usaha kecil berkaitan dengan informasi untuk eksistensi perusahaan. Kerjasama dalam bentuk kemitraan usaha dilakukan bukan saja hanya dapat menguntungkan usaha kecil saja, tetapi bersimbiosis mutualistik (menguntungkan pihak lain yang bermitra).

Kemitraan merupakan mekanisme koordinasi untuk para pemasok dan perusahaan dalam suatu penciptaan nilai jejaring bisnis. Kemitraan merupakan suatu tipe hubungan dimana tanggung jawab dan keuntungan potensial dibedakan dari satu bentuk koordinasi terkait dengan hubungan penjual dan pembeli secara umum dan tingkat investasi spesifik secara khusus. Kemitraan akan menciptakan struktur usaha yang mantap, dinamis dan prospek berkelanjutan. Usaha kecil dapat memperluas kesempatan berusaha, membenahi manajemen, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki, memperbesar volume produksi dan memperoleh akses untuk dapat memasarkan produknya (Sasono, 2001:16). Rudberg dan Olhager, 2003:29 menyatakan *” The main aim of the partnership is to improve the competitiveness of the business for all partners.* Pernyataan tersebut menegaskan bahwa tujuan utama dibentuknya kemitraan bisnis adalah memperbaiki daya saing dan kinerja untuk semua partner.

Kinerja perusahaan adalah obsesi yang selalu diupayakan dalam pencapaian suatu organisasi. Kinerja merupakan salah satu prestasi penting sebagai tolak ukur tingkat keberhasilan organisasi. Pencapaian kinerja dalam perusahaan diharapkan dicapai secara proporsional. Perusahaan yang mengerjakan suatu produk tertentu mempertimbangkan kemampuan pekerjanya berdasarkan spesialisasi masing-masing yang diselaraskan dengan tujuan organisasi perusahaan. Salah satu ukuran perusahaan dianggap sukses, adalah dapat membuka diri dan mau serta siap menyikapi kondisi luar organisasi.

Kinerja keuangan usaha kecil batik di Jawa Barat tahun 2009 sampai 2011 berpedoman pada Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UMKM Republik Indonesia Nomor 06/Per/M.KUMKM/V/2006. Tabel 1.7 menggambarkan rata-rata kinerja keuangan usaha batik cap di Jawa Barat belum optimal. Hal ini dapat dilihat pada rasio solvabilitas yang menunjukkan kriteria kurang sehat, *Asset Turn Over* (ATO) sangat tidak sehat dan rasio perputaran piutang masih dalam kategori sangat tidak sehat.

**Tabel 1.7**

**Rata-rata Kinerja Keuangan Usaha Kecil Batik Cap di Jawa Barat, 2009-2011**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Rasio | Standar | Kriteria | Tahun |
| 2009 | 2010 | 2011 |
| 1. Rasio Likuiditas
 | 175-<200 | Cukup sehat | 188,41% | 176,42% | 169,83% |
| 1. Rasio solvabilitas:
2. Total utang terhadap asset
 | >50%-60% | Kurang sehat | 49,70% | 52,58% | 55,36% |
| 1. Total Utang terhadap Modal sendiri
 | >150%-200% | Kurang Sehat | 198,8% | 160,90% | 124,05% |
| 1. Rasio Profitabilitas/Rentabilitas:
2. *Net Profit Margin*
 | >15% | Sehat | 63,98% | 59,53% | 50,08% |
| 1. *Return on Asset*
 | >10% | Sehat | 16,13% | 14,80% | 14,81% |
| 1. *Asset Turn Over*
 | < 1 kali | Sangat tidak sehat | 0,25 kali | 0,24 kali | 0,24 kali |
| 1. Rentabilitas Modal Sendiri
 | >21% | sehat | 32% | 31,2% | 33,19% |
| 1. Rasio Aktivitas:

Perputaran piutang | < 6 kali | Sangat tidak sehat | 0,44 kali | 0,58 kali | 0,62 kali |

**Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Barat /Bidang Kemitraan dan Pengembangan Produk UMKM (diolah)**

 Analisis *balance scorecard* dilakukan untuk melihat kinerja usaha kecil dilakukan Dinas KUMKM Provinsi Jawa Barat pada tahun 2011 melalui perspektif finansial, perspektif pelanggan, perpektif proses bisnis internal serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Ukuran finansial sangat penting dalam memberikan ringkasan konsekuensi tindakan ekonomis yang sudah diambil. Ukuran kinerja finansial memberikan petunjuk apakah strategi usaha kecil, implementasi dan pelaksanaannya memberikan kontribusi atau tidak kepada peningkatan laba usaha kecil.

Perspektif finansial dalam konteks usaha kecil yang bermitra dengan BUMN kinerja finansial secara umum ditunjukkan dengan kondisi keuangan yang dimiliki saat ini, besarnya rata-rata laba usaha per tahun, omzet penjualan yang dimiliki, rata-rata pangsa pasar yang dikuasai serta pertumbuhan pasar per tahun. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata laba per tahun meningkat berkisar 10 – 20%, sedangkan rata-rata pangsa pasar dan pertumbuhan pasar masih relatif kecil, mengingat hampir seluruh usaha kecil dihadapkan kepada akses pasar yang masih terbatas. Kondisi keuangan yang dimiliki saat ini rata-rata cukup baik. Secara finansial kinerja usaha kecil di Jawa Barat sudah cukup baik, namun belum optimal.

Berkaitan dengan perspektif pelanggan, kinerja usaha kecil di Jawa Barat dapat diukur melalui tingkat kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan serta pangsa pasar yang dimiliki. Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa rata-rata kualitas pelayanan usaha kecil di Jawa Barat cukup baik (2,88), kepuasan pelanggan terhadap produk mereka juga cukup baik (3,08), pangsa pasar cukup baik (3,05) dengan rata-rata pangsa pasar 30 – 40%, pertumbuhan pasar 2- 5% per tahun.

Berkaitan dengan perspektif proses bisnis internal**,** kinerja usaha kecil di Jawa Barat dalam perspektif proses bisnis internal mencakup sistem administrasi, tingkat produktivitas pelanggan serta kualitas produk. Berdasarkan hasil survei rata-rata sistem administrasi sudah cukup baik (3,12), tingkat produktivitas pelanggan juga cukup baik (3,08), serta kualitas produk rata-rata sudah cukup baik (2,97). Kondisi ini merupakan dampak hasil kemitraan BUMN dengan Usaha kecil yang difasilitasi Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Barat dan perangkat daerah kabupaten/kota bidang Koperasi dan UMKM.

Berkaitan dengan perspektif pembelajaran dan pertumbuhankinerja usaha kecil di Provinsi Jawa Barat dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan mencakup aspek ketrampilan operasional karyawan, komitmen karyawan untuk mengembangkan usaha, penggunaan teknologi, kemampuan berwirausaha dan kemampuan inovasi produk. Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa ketrampilan operasional karyawan (2,97), komitmen karyawan untuk mengembangkan usaha (2,85), penggunaan teknologi (3,24), kemampuan berwirausaha (2,90) dan kemampuan inovasi produk (2,93) semuanya sudah cukup baik. Hanya saja kemampuan ini bisa dioptimalkan lagi dalam meningkatkan kinerja usaha kecil di Jawa Barat diarahkan juga pada penggunaan teknologi serta kemampuan inovasi produk dengan melibatkan praktisi, pengusaha dan perguruan tinggi. Usaha kecil di Jawa Barat menunjukkan banyak melakukan hubungan interaksi dengan pihak luar, seperti pameran produk oleh pemerintah, komunikasi dengan supplier, konsumen, KADIN, dan berbagai asosiasi. Mereka menganggap keikutsertaan dalam kegiatan-kegiatan tersebut dapat meningkatkan pengetahuan dan pengalaman mereka, memperluas jaringan pemasaran, menambah kemampuan dalam meningkatkan mutu produk, termotivasi untuk maju. Sebagian besar responden mengungkapkan ketidakpahaman mereka dalam mengurus hak paten.

Permasalahan utama usaha kecil saat ini terutama terkait dengan kesulitan dalam hal permodalan dan pemasaran. Lembaga penyalur dana bagi usaha kecil selain perbankan, antara lain BUMN dengan dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), PT. PNM, Perum Pegadaian dan Koperasi simpan pinjam. Jumlah dana yang disalurkan kepada usaha kecil dari waktu ke waktu cukup besar.

Primiana (2009:29) menyatakan bahwa berbagai keinginan usaha kecil pasca memperoleh kredit dari perbankan antara lain keinginan untuk dibina dan dimonitor, agar kredit yang diperoleh tidak habis sia-sia tanpa ada perkembangan berarti terhadap usahanya. Sasono (2001:8) menyatakan bahwa permasalahan yang mendasar pada usaha kecil adalah kurangya kemampuan manajemen dan profesionalisme, serta terbatasnya akses terhadap permodalan, penguasaan teknologi informasi dan jaringan pemasaran.

Pengamatan yang dilakukan terhadap usaha kecil batik cap di Jawa Barat menunjukkan adanya beberapa faktor yang diduga menentukan kinerja usaha. Identifikasi awal terhadap faktor-faktor tersebut diantaranya kemampuan penyediaan modal usaha khususnya menyangkut sumber-sumber modal usaha, kemampuan akan sumber daya manusia terutama menyangkut tentang keterampilan dan keahlian tenaga kerja, serta kemampuan manajemen dalam mengelola usahanya. Faktor-faktor strategis tersebut dapat ditempuh melalui kerjasama dengan lembaga usaha lainnya yaitu bermitra usaha, sedangkan dalam melakukan kemitraan maka perlu mencermati dan menganalisis faktor-faktor lingkungan yang selalu berubah. Kemitraan dengan perusahaan lain maupun dengan pemerintah diharapkan mampu meningkatkan kinerjanya.

Kajian utama penelitian ini adalah usaha kecil, khususnya usaha kecil batik cap di Jawa Barat dalam menjalin kemitraan dan meningkatkan kinerjanya. Alasan utama pemilihan usaha kecil batik cap sebagai subyek penelitian karena terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain permasalahan manajerial, sumber daya manusia, pemasaran dan permodalan serta kebijakan Pemerintah Propinsi Jawa Barat yang selalu menekankan pengembangan sektor usaha kecil.

Berdasarkan fenomena yang ada tersebut, menarik untuk dikaji dan diteliti di Jawa Barat, terutama usaha kecil batik cap dan berusaha mencari faktor penyebab utama dalam menjalin mitra usaha dan peningkatan kinerja industri tersebut, dengan judul Pengaruh Lingkungan Eksternal, Internal dan Etika Bisnis terhadap Kemitraan Usaha dan Implikasinya pada Kinerja Usaha Kecil di Jawa Barat (Studi pada usaha kecil Batik cap).

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan observasi awal terdapat sejumlah masalah yang teridentifikasi sebagai berikut:

1. Lingkungan eksternal dan lingkungan internal belum optimal dimanfaatkan usaha kecil untuk meningkatkan kinerjanya. Lima sektor industri prioritas usaha kecil yang memiliki pangsa pasar besar di dalam negeri yakni pertekstilan, besi dan baja, alas kaki, kimia hilir, serta elektronik kinerja penjualannya setiap tahun terus menurun.
2. Pelaksanaan etika bisnis belum optimal untuk mendukung peningkatan kinerja. Pelanggaran etika bisnis dan persaingan tidak sehat dalam upaya penguasaan pangsa pasar terasa semakin memberatkan usaha kecil yang kurang memiliki kemampuan bersaing karena perusahaan besar telah mulai merambah untuk menguasai bisnis dari hulu ke hilir.
3. Struktur kemitraan dengan usaha besar masih lemah. Usaha kecil belum optimal memanfaatkan kemitraan untuk meraih keunggulan kompetitif. Usaha kecil yang memanfaatkan kemitraan masih di bawah 10%.
4. Lembaga keuangan masih belum melirik potensi bisnis usaha kecil. Usaha kecil masih lemah dalam merancang rencana bisnisnya. Usaha kecil hanya fokus ke pengembangan produk tanpa melihat potensi pasarnya. Usaha kecil tidak memiliki akses permodalan maupun pasar bagi produksi mereka. Pelaku usaha kecil terbentur sistem dan peraturan perbankan, yang menerapkan prinsip kehati-hatian.
5. Kinerja usaha kecil berdasarkan data kinerja keuangan dan kinerja non keuangan belum optimal. Produk usaha kecil berdaya saing yang rendah dan kurang kompetitif, profesionalisme pelaku usaha kecil rendah, kreativitas yang dimiliki usaha kecil di Indonesia pada umumnya kurang kreatif.

**1.3 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Lingkungan eksternal dalam penelitian ini dibatasi pada 9 (sembilan) indikator yaitu : ekonomi, teknologi, kebijakan pemerintah daerah, sosiokultural, kekuatan memasuki persaingan, produk substitusi, kekuatan pembeli, intensitas persaingan dan kekuatan *supplier* dimana perusahaan tersebut beroperasi (Hitt, Duanne, Hoskisson dalam Armand (2004:50), Harris (2000:10), Assauri (2000:60).
2. Lingkungan internal dalam penelitian ini dibatasi pada sumber daya, budaya organisasi dan struktur organisasi (Whelen & Hunger, 2002:45).
3. Etika bisnis dalam penelitian ini didasarkan pada 5 (lima) prinsip sebagaimana pendapat Sonny Keraf dalam Agoes dan Ardana (2009:127) yaitu: prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan dan prinsip integritas moral.
4. Kemitraan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemitraan yang tertuang dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
5. Kriteria Usaha Kecil yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan Bab IV Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, kecil dan menengah.
6. Pengukuran kinerja usaha kecil dalam penelitian ini menggunakan sistem pengukuran metode *balance score card* (BSC). Kaplan dan Norton dalam Peter (2002:369) menyatakan bahwa penilaian kinerja perusahaan dapat dilihat dari empat perspektif. Pertama, aspek finansial adalah dilihat dari perspektif keuangan, perspektif pelanggan (pangsa pasar, kepuasan pelanggan, probabilitas pelanggan, perolehan pelanggan baru). Kedua, perspektif bisnis internal (inovasi, proses operasi dan layanan purna jual). Ketiga, perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (peningkatan kemampuan kerja, kemampuan sistem informasi dan motivasi pemberdayaan keserasian).
7. Penelitian ini menitikberatkan kepada analisis pengaruh lingkungan eksternal, internal dan etika bisnis terhadap kemitraan usaha dan implikasinya pada kinerja usaha kecil di Jawa Barat.
8. Aspek-aspek di luar batasan masalah nomor 7 tidak menjadi bahasan dalam penelitian ini. Pengaruh aspek tersebut dianggap tidak dominan.

**1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana lingkungan eksternal, internal dan etika bisnis pada usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
2. Bagaimana kemitraan usaha yang dilakukan oleh usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
3. Bagaimana kinerja usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
4. Bagaimana pengaruh lingkungan eksternal, internal dan etika bisnis, secara simultan terhadap kemitraan usaha pada usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
5. Bagaimana pengaruh parsial lingkungan eksternal terhadap kemitraan pada usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
6. Bagaimana pengaruh parsial lingkungan internal terhadap kemitraan pada usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
7. Bagaimana pengaruh parsial etika bisnis terhadap kemitraan pada usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
8. Bagaimana pengaruh kemitraan usaha terhadap kinerja usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
	1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis :

1. Lingkungan eksternal, internal, etika bisnis usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
2. Kemitraan usaha yang dilakukan usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
3. Kinerja usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
4. Bagaimana pengaruh lingkungan eksternal, internal dan etika bisnis, secara simultan terhadap kemitraan usaha pada usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
5. Bagaimana pengaruh secara parsial lingkungan eksternal terhadap kemitraan pada usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
6. Bagaimana pengaruh secara parsial lingkungan internal terhadap kemitraan pada usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
7. Bagaimana pengaruh secara parsial etika bisnis terhadap kemitraan usaha pada usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
8. Bagaimana pengaruh kemitraan usaha terhadap kinerja usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
	1. **Manfaat Penelitian**
		1. **Manfaat pengembangan ilmu**
9. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan referensi dalam bidang ilmu manajemen yang menyangkut peluang dan ancaman baik faktor eksternal dan faktor internal dalam meningkatkan kinerja usaha kecil batik cap.
10. Sebagai referensi dan bahan informasi bagi peneliti lebih lanjut yang ingin meneliti tentang lingkungan eksternal, internal, etika bisnis dan kemitraan usaha yang mempengaruhi kinerja usaha kecil batik cap di Jawa Barat.
	* 1. **Manfaat operasional**
11. Membantu manajer dalam memperoleh gambaran mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja usaha kecil batik cap di Jawa Barat
12. Perumusan kerjasama antara pemerintah maupun usaha kecil dalam rangka meningkatkan kinerja usaha kecil batik cap di Jawa Barat.