



**FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL
DALAM PERKEMBANGAN USAHA KECIL DAN
MENENGAH (UKM) INDUSTRI BATU BATA DAN
GENTENG PADA CV. JAYA MAKMUR KABUPATEN
BANYUASIN**

^aJenni Septiyana, ^bSri Porwani, ^cYike Diana Putri

^{abc} Politeknik Darussalam

[^ajennyana@gmail.com](mailto:jennyana@gmail.com), [^bporwani@gmail.com](mailto:porwani@gmail.com), [^cyike.dianaputri@gmail.com](mailto:yike.dianaputri@gmail.com)

Abstract. *This study aims to determine records management, the constraints faced in archives management, and solutions to overcome obstacles in archives management to support orderly administration at the Bistek Palembang Vocational School of Technology. This study used qualitative research methods. The source of data in this study is the Head of Administration Subdivision. Data collection techniques in this study used observation and interview techniques. The results of this study indicate that archive management uses a date system with procedures for checking, recording, sorting and storing archives. Obstacles that exist include officers who manage archives do not have skills or backgrounds who do not have special expertise in the field of archives and there is no special room to store archives that have been processed. in archive retrieval, from these results it is expected that the archive management system should use a date system and an alphabetic system, using a combination of these systems is more effective, after that it is better to implement procedures for indexing and marking archives, so that archives can be neatly arranged in one room and facilitate the retrieval of archives and it is advisable for the school to provide or utilize a special person who has the skills and background to manage these archives, provided with provision regarding archival procedures and it is also advisable to provide a special room for archives.*

Keywords: *Internal Factors, Eksternal Factors, UKM Growth*

1. Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu pelaku ekonomi yang mampu berkembang dan bertahan di pasar perekonomian Indonesia. UKM merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok dalam rangka mengembangkan kreatifitas dan inovasi dalam upayanya untuk meningkatkan pendapatan. Walaupun sektor UKM merupakan sektor yang memiliki potensi dan pengaruh yang besar dalam perekonomian Indonesia namun dalam prakteknya sering kali sektor UKM terlupakan dari pengaturan kebijakan pemerintah.

Eksistensi sektor usaha kecil dan menengah (UKM) dalam kontribusinya di dalam bidang ekonomi nasional cukup dominan, menurut data dari BPS Kemnaker & UKM menunjukkan bahwa sektor UKM sendiri pada tahun 2011 sudah tercatat 55,8 juta unit atau 99% dari jumlah total unit usaha nasional. Potensi sektor UKM yang besar dalam penyerapan tenaga kerja membuat setiap sektor UKM memiliki lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar (UB). Penyerapan tenaga kerja sektor UKM sebesar 97,7% dari total 102,2 juta tenaga kerja sektor UKM dan usaha besar.

Kontribusi sektor UKM sebesar 57,8% dalam pembantuan PDB (BPS, 2011). Secara konseptual definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) ditemukan dalam berbagai literatur. Seperti yang dijelaskan pada UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. 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 dengan kriteria: (a) 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 (b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai salah satu komponen dalam industri nasional, mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional seperti, penyerapan tenaga kerja, membantu dalam pemerataan distribusi hasil-hasil pembangunan, sampai pada penanggulangan kemiskinan. Sektor UKM pada umumnya memiliki kekuatan pada pengolahan sumber daya alam dan padat karya. Disisi lain, perekonomian Indonesia masih didominasi oleh sektor dengan produktivitas yang rendah, yaitu: sektor pertanian, perdagangan dan industri rumah tangga. Pada sektor dengan produktivitas yang rendah inilah jumlah usaha mikro dan kecil, dan menengah (UMKM) terkonsentrasi (Munizu : 2010 : 33-41).

Dari sekian banyak industri batu bata dan genteng yang berkembang di wilayah sukajadi, penulis memilih salah satu pelaku UKM industri batu bata dan genteng yang memiliki merek dagang Jaya Makmur atau yang lebih dikenal JM. Sentra UKM ini berlokasi di Jl. Camat II RT.053 RW.018 Kelurahan Sukajadi KM. 16 Kecamatan Talang kelapa Banyuwasin. Sebagai salah satu pelaku usaha industri batu bata dan genteng UKM dengan merek dagang JM ini menawarkan 2 (dua) jenis produk genteng dan 2 (dua) jenis batu bata. Untuk dua jenis genteng tersebut adalah genteng super semarang, dan genteng buleleng. Keduanya sama-

sama terbuat dari tanah liat dan yang membedakannya hanyalah pada saat proses pencetakan dan ukurannya karena untuk jenis genteng buleleng ukurannya sedikit lebih kecil dibandingkan dengan genteng super semarang dan bentuk cetaknya yang berbeda juga.

Sedangkan untuk jenis batu bata, batu bata yang diproduksi disini ada dua jenis yang pertama adalah batu bata standar yang sering kita jumpai dengan ukuran 16 cm x 8 cm x 8 cm dengan berat 1,2 kg sedangkan untuk batu bata jenis lainnya memiliki ukuran yang jauh lebih besar dibandingkan jenis batu bata sebelumnya dengan perbandingan 1:4 dengan jenis batu bata standar (32,5 cm x 16 cm x 8 cm) dengan berat 4,9 kg. Tapi, untuk jenis yang kedua ini harus dipesan terlebih dahulu karena jenis batu bata yang ukurannya sama dengan ukuran batako ini memiliki selisih harga jauh dibandingkan batu bata standar dan batu bata jenis ini belum banyak dipasarkan.

Sistem pemasaran yang di terapkan di UKM industri batu bata dan genteng merek JM ini juga masih dengan mengandalkan jaringan pelanggan lama tanpa memanfaatkan kemudahan media promosi seperti iklan atau yang lainnya. Pada saat zaman teknologi yang sangat maju seperti saat ini industri ini masih belum menyentuh ataupun memanfaatkannya sebagai media promosi. Hal inilah yang sebagian besar menjadi faktor yang menyebabkan industri ini kalah bersaing dengan perusahaan industri genteng metal atau sejenisnya.

2. Tinjauan Pustaka

Pengertian Kearsipan

Aktivitas yang berhubungan dengan pengelolaan arsip atau dokumen Kearsipan adalah proses kegiatan atau pengaturan arsip dengan sering disebut dengan istilah kearsipan. Menurut Wursanto (2017:12) mempergunakan suatu sistem tertentu sehingga arsip-arsip dapat ditemukan kembali dengan mudah dan cepat apabila sewaktu-waktu ditemukan.

Prosedur Kearsipan

Menurut Wijaya & Irawan (2018), menyimpulkan bahwa prosedur adalah urutan kegiatan atau aktifitas yang melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih yang dilaksanakan secara berulang-ulang dengan cara yang sama.

Sistem Penyimpanan Arsip

Sistem Penyimpanan Arsip Menurut Pramono (2019:98), mengemukakan sistem penyimpanan arsip adalah kegiatan penyusunan dokumen, warkat, dan arsip pada tempat yang telah ditentukan sehingga dapat ditemukan dengan cepat jika diperlukan, penyimpanan arsip merupakan usaha memelihara arsip dengan cara meletakkan arsip di tempat penyimpanan (alat, ruang) yang dilakukan secara sistematis dan arsip disusun secara teratur menurut proses, metode, menggunakan alat-alat tertentu menurut format arsip.

Prosedur Penyimpanan Arsip

Menurut Amsyah (2017:63), prosedur penyimpanan arsip adalah langkah-langkah pekerjaan yang dilakukan sehubungan dengan akan disimpannya suatu dokumen.

Perlengkapan Penyimpanan Arsip

Perlengkapan penyimpanan pada prosedur kearsipan juga sangat penting sebagai alat bantu dalam mendukung kearsipan, dan perlengkapan ini mutlak harus ada agar kegiatan kearsipan berjalan dengan rapi dan teratur.

Pengertian UKM

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):

• Pengertian UMKM

Usaha Mikro adalah usaha milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

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 sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Pengertian Batubata dan Genteng

• Pengertian Batu bata

Batu bata merupakan salah satu bahan material sebagai bahan pembuatan dinding. Batu bata terbuat dari tanah liat yang dibakar sampai berwarna kemerahan (Wikipedia Indonesia). Umumnya batu bata memiliki ukuran: panjang 17-23 cm, lebar 7-11 cm, tebal 7-11 cm. Berat rata-rata sekitar 1,4 kg/buah (tergantung merek dan daerah asal pembuatannya).

• Genteng

Genteng merupakan salah satu bahan material yang berfungsi sebagai atap rumah. Genteng terbuat dari tanah liat yang cetak, kemudian dibakar dengan suhu tinggi sehingga kadar airnya hilang dan berubah warna kemerahan (Wikipedia Indonesia). Genteng sendiri memiliki banyak jenisnya, tergantung dengan daerah pembuatannya.

Faktor Penentu Perkembangan dan Pertumbuhan UKM

Menurut Hafsah (2004:5) pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah kedepannya perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UKM di samping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

Faktor-faktor yang paling menentukan pengembangan dan pertumbuhan usaha UKM, di kemukakan Lesceva (2004:92) sebagai berikut:

1. Sektor; Perusahaan yang beroperasi pada sektor kegiatan ekonomi yang berbeda memiliki pertumbuhan yang berbeda. Pada level agregat, perusahaan dalam sektor pengolahan dan jasa umumnya tumbuh lebih tinggi dari pada yang beroperasi disektor perdagangan.
2. Lokasi; UKM yang berlokasi didaerah pedesaan tumbuh kurang cepat daripada yang berlokasi di daerah perkotaan, demikian juga yang berlokasi dalam pasar tradisional, distrik komersial, atau sepanjang jalan tumbuh lebih cepat dari pada yang berlokasi di dalam rumah.

3. Regional; UKM yang berada di suatu daerah kabupaten yang tingkat pendapatan perkapitanya tinggi tumbuh lebih cepat dari kabupaten yang tingkat pendapatan perkapita penduduknya rendah.

Faktor Penentu Kinerja UKM

Usaha dalam meningkatkan kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) hendaknya mengenali faktor-faktor yang menjadi permasalahan penguatan dan pemberdayaan usaha tersebut. kemudian mengidentifikasi faktor-faktor penting yang menentukan kinerja UKM sesuai dengan konteksnya. Setiobudi (2007:29-35) membagi permasalahan UKM dalam tiga kategori yakni:

1. Permasalahan yang bersifat klasik dan mendasar pada UKM (*basic problem*), antara lain berupa permasalahan modal, bentuk badan hukum, yang umumnya nonformal, SDM, pengembangan produk dan akses pemasaran.
2. Permasalahan lanjutan (*advanced problems*), antara lain pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurangnya pemahaman terhadap desain produk yang sesuai dengan karakter pasar, permasalahan hukum yang menyangkut hak paten, prosedur kontrak penjualan serta peraturan yang berlaku di Negara tujuan ekspor.
3. Permasalahan antara (*intermediate problems*), yaitu permasalahan dari instansi terkait untuk menyelesaikan masalah dasar agar mampu menghadapi persoalan lanjutan secara lebih baik. Permasalahan tersebut antara lain dalam hal manajemen keuangan, agunan dan keterbatasan dalam kewirausahaan. Dengan pemahaman atas permasalahan di atas, akan dapat ditengarai berbagai masalah dalam UKM dalam tingkatan yang berbeda, sehingga solusi dan penanganannya pun seharusnya berbeda pula.

Sehubungan dengan peningkatan kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Haeruman (2000:22-25) mengatakan bahwa tantangan bagi dunia usaha terutama dalam pengembangannya mencakup aspek yang luas yakni :

1. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam hal kemampuan manajemen, organisasi dan teknologi,
2. Kompetensi kewirausahaan,
3. Akses yang lebih luas terhadap permodalan,
4. Informasi pasar yang transparan,
5. Faktor input produksi lainnya, dan
6. Iklim usaha yang sehat yang mendukung inovasi, kewirausahaan, dan praktek bisnis serta persaingan yang sehat.

Peranan UKM

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peranan yang cukup besar dalam pembangunan perekonomian nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Sebagian besar jumlah penduduk berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik disektor tradisional maupun modern.

(<http://nationalbankingforum.blogspot.com/2011/09/peranukm-dalam-perekonomian-indonesia.html>).

3. Metodologi

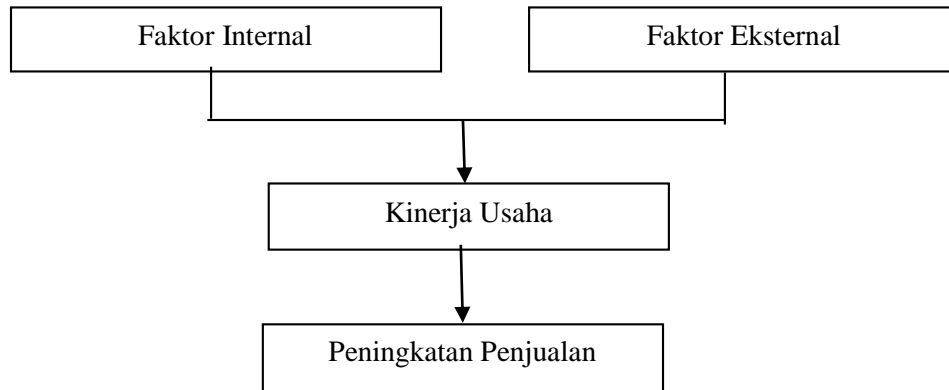
Adapun metode yang digunakan untuk mengumpulkan data terdiri dari beberapa metode yaitu:

1. Observasi (pengamatan).

Observasi ialah suatu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian yang merupakan sumber data, sehingga data yang diperoleh benar-benar bersifat obyektif. Observasi atau pengamatan ini dilakukan di UKM Industri batu bata dan genteng CV. Jaya Makmur.

2. Dokumentasi

Yaitu suatu teknik pengumpulan dengan cara melakukan penyelidikan melalui sumber dokumen, baik yang terjadi di masa lampau maupun dimasa sekarang. Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data dan juga dokumentasi berupa pengambilan gambar yang dilakukan di CV. Jaya Makmur.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Berdasarkan pengamatan yang di lakukan oleh penulis khususnya pada faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UKM industri batu bata dan genteng CV. Jaya Makmur dan upaya yang di terapkan untuk mengembangkan usaha ini. Penulis mendapatkan hasil sebagai berikut :

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UKM

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UKM industri batu bata dan genteng mencakup faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi perkembangan UKM industri ini meliputi, kualitas SDM, cuaca, ketersediaan bahan baku, teknik produksi, dan sistem pemasaran. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan UKM industri ini meliputi, pendapatan masyarakat, selera konsumen, akses informasi pasar, akses permodalan (dari lembaga keuangan), dan kebijakan pemerintah.

Faktor internal

1. Kualitas SDM

Kualitas SDM yang di pekerjakan di industri ini memang tidak harus memiliki title pendidikan tertentu. Industri batu bata dan genteng yang memang sudah ada dari puluhan tahun lalu dan menjadi mata pencarian secara turun menurun bagi sebagian besar warga di sekitar wilayah industri ini sehingga kemampuan untuk bekerja dan memproduksi baik batu bata maupun genteng cukup baik. Namun seiring perkembangan zaman, pekerja di industri ini adalah para pekerja lama yang baik dari segi kemampuan tenaga dan kecekatannya sudah banyak berkurang. Untuk para pekerja dengan usia produktif lebih banyak yang

memilih untuk bekerja di pabrik-pabrik yang saat ini juga banyak berkembang di wilayah sukajadi.

2. Cuaca

Cuaca menjadi salah satu kendala yang tidak dapat di kendalikan oleh para pemilik usaha industri ini. Produktivitas usaha ini juga sangat bergantung pada cuaca. Jika cuaca cerah dan panas maka produktivitas baik batu bata maupun genteng akan berjalan lancar. Tetapi jika cuaca basah dan hujan, maka hal itu akan menghambat proses produksi dimana dalam proses pengeringan batu bata dan genteng akan terhambat. Pada saat cuaca cerah dan panas proses pengeringan di rak-rak pengering hanya memakan waktu satu hari namun jika cuaca hujan maka proses pengeringan akan memakan waktu hingga 2-3 hari. hal ini akan berdampak pada terhentinya proses produksinya sendiri karena proses produksi tidak dapat dilakukan jika tidak ada rak-rak pengering yang kosong.

3. Pemilihan bahan baku

Pemilihan bahan baku merupakan komponen dasar dalam usaha ini karena kualitas dari batu bata dan genteng yang dihasilkan akan bergantung dari proses pemilihan bahan baku. Setiap pemilik UKM industri ini memiliki kemampuan untuk memilih tanah, untuk memproduksi batu bata dan genteng dibutuhkan tanah liat yang memiliki kualitas yang baik, dan tingkat kedalaman tanah yang dapat diolah menjadi batu bata dan genteng. Untuk jenis pemilihan tanah liat, produksi batu bata dan genteng memiliki perbedaan. Untuk bahan baku genteng, tanah yang harus di gunakan adalah tanah liat yang tidak memiliki unsur tanah puru (tanah berbatu kecil) karena jika terdapat unsur tanah puru didalam tanah liat tersebut akan berdampak pada kualitas genteng yang dihasilkan. Genteng yang terdapat unsur puru di dalamnya akan membuat genteng terlihat lebih kasar, pori-pori genteng akan lebih besar dan dapat mengakibatkan air akan merembes, selain itu tingkat ketahanan atau kekuatannya akan berkurang. Sedangkan untuk tanah liat yang di gunakan untuk produksi batu bata tanah liat yang di gunakan adalah tanah liat yang terdapat pada lapisan atas, biasanya berwarna kehitaman atau dapat juga menggunakan tanah liat yang sama dengan bahan baku genteng. Tetapi para pengusaha batu bata dan genteng lebih banyak yang membagi dua jenis tanah ini. Tanah liat yang pada lapisan kedua yang biasanya berwarna merah di gunakan untuk genteng, dan yang lapisan tanah liat pertama yang berwarna hitam untuk pembuatan batu bata. Alasan lain di balik pemisahan tanah ini juga terletak pada kualitas tanahnya. Tanah liat yang berwarna hitam jika di gunakan untuk proses pembuatan genteng maka hasil yang didapat adalah terjadi penyusutan ukuran genteng ketika proses pengeringan dan proses pembakaran, penyusutan ini dapat memperkecil ukuran genteng hingga 1 cm setiap kepingnya. Walaupun kekuatan genteng akan tetap sama namun menggunakan tanah hitam sebagai bahan baku akan membuat perbedaan terhadap ukuran standar genteng tersebut. Jadi tanah hitam lebih dipergunakan untuk bahan baku batu bata. Dalam proses produksi batu bata yang menggunakan tanah hitam yang kemungkinan besar akan mengalami penyusutan dapat di atasi ketika proses produksi ukuran batu bata akan di tambah misalnya jika biasanya ukuran batu bata adalah 16 cm ketika proses produksinya, maka saat produksinya menggunakan bahan baku tanah hitam maka panjang batu bata akan di tambah menjadi 17 cm sehingga dalam proses pengeringan maupun pembakaran walaupun mengalami penyusutan akan tetap

dapat menghasilkan batu bata dengan ukuran yang standar.

4. Teknik Produksi

Bila dibandingkan dengan sepuluh tahun yang lalu teknik produksi batu bata dan genteng sudah mengalami banyak perubahan. Bila dulu semua proses produksi yang harus dilewati menggunakan tenaga dan keahlian manusia maka sekarang terdapat kemajuan karena untuk proses produksi batu bata yang dulu hanya dapat memproduksi batu bata 200-250 buah setiap harinya maka sekarang dalam sehari dengan menggunakan mesin molen produksi batu bata dapat mencapai 50000 buah setiap harinya. Sedangkan untuk proses produksi genteng (Baik genteng semarang atau buleleng) dulu harus menggunakan tenaga manusia ketika harus menghaluskan tanah liat dengan cara mencangkulnya maka sekarang hal itu ditinggalkan. Sekarang untuk mendapatkan tanah liat yang halus tidak lagi menggunakan tenaga manusia tetapi menggunakan mesin molen. Mesin molen yang menghaluskan tanah liat yang kemudian di pres untuk dibentuk menjadi genteng. Dengan demikian proses produksi genteng akan lebih cepat bila dibandingkan dengan menggunakan tenaga manusia untuk menghaluskan tanah liat.

5. Sistem Pemasaran

Proses pemasaran merupakan proses yang sangat penting dalam suatu kegiatan ekonomi. Dan hal ini berlaku juga untuk UKM industri batu bata dan genteng. Pada CV. Jaya Makmur sendiri proses pemasaran ini menjadi titik kritis dalam usaha ini karena kegiatan pemasannya sendiri tidak terlalu mendapatkan perhatian yang khusus. Selama ini proses pemasaran yang dilakukan hanya dalam bentuk penggunaan jaringan pelanggan lama. CV. Jaya Makmur bersikap pasif hanya dengan menunggu telepon ataupun pesanan batu bata ataupun genteng dari para pelanggan lama. Atau hanya akan melayani para calon pembeli yang datang kelokasi produksi.

Faktor Eksternal

1. Pendapatan Masyarakat

Faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan UKM industri batu bata dan genteng salah satunya adalah pendapatan masyarakat. Pendapatan masyarakat merupakan salah satu tolak ukur pembangunan. Pendapatan masyarakat yang meningkat akan memicu pembangunan. Hal ini tentu saja akan berpengaruh kepada perkembangan industri batu bata dan genteng. Sebagai contoh sederhana, pada tahun 2012 ketika harga penjualan karet meningkat hingga mencapai harga Rp 15.000 per kg. Berdampak positif pada kenaikan harga batu bata dan genteng, harga batu bata pada saat itu mencapai harga Rp 550 per buah, genteng semarang Rp 1.300 per keping, dan genteng buleleng Rp 1.600 per keping. Tetapi ketika pendapatan masyarakat menurun maka industri ini pun akan mengalami kemunduran.

2. Selera Konsumen

Ketertarikan konsumen terhadap produk yang diproduksi akan dapat meningkatkan ataupun menurunkan produktivitas. Dengan maraknya promosi oleh perusahaan genteng metal membuat banyak konsumen yang lebih menjatuhkan pilihannya pada produk genteng metal. Hal ini berdampak dengan menurunnya penjualan genteng tanah liat. Selain dari segi promosi yang gencar dilakukan, dengan banyaknya pilihan motif dan warna genteng metal menjadikan konsumen lebih banyak melirik genteng metal dalam penggunaan atap bangunan.

3. Akses permodalan

Akses permodalan dari pihak eksternal merupakan salah satu kebutuhan penting bagi pelaku usaha industri ini, hal ini di butuhkan karena kebutuhan akan tambahan modal yang cukup besar dalam proses pemilihan bahan baku hingga proses produksi. Namun dalam kenyataannya mendapatkan asupan modal dari pihak eksternal sangat sulit. Sulit dan lamanya proses yang harus di tempuh oleh para pengusaha industri untuk mendapatkan suntikan modal dari lembaga keuangan membuat banyak dari mereka yang mengurungkan niatnya mengajukan proposal kepada pihak lembaga keuangan.

Cara lain yang ditempuh oleh para pelaku usaha ini adalah dengan membangun sebuah koperasi yang semua anggotanya adalah pelaku UKM industri batu bata dan genteng. Koperasi ini didirikan dengan tujuan untuk mengatasi masalah permodalan dikalangan usaha batu bata dan genteng. Modal yang didapat dari koperasi ini berasal dari simpanan para pengusaha yang kemudian akan di pinjamkan kepada anggotanya yang sedang dalam keadaan yang kesulitan keuangan. Hal ini dilakukan bergantian untuk semua anggota koperasi. Keberadaan koperasi inilah yang banyak membantu kegiatan UKM industri batu bata dan genteng dalam bidang permodalan.

4. Kebijakan Pemerintah

Peran pemerintah dalam perkembangan industri batu bata dan genteng juga sangat diperlukan. Contohnya pemberian izin pembangunan izin industri dan juga pengesahan izin-izin lainnya yang diperlukan dalam kegiatan UKM industri batu bata dan genteng. Selain itu pemerintah juga seharusnya berperan aktif dalam pemberian sokongan kepada usaha ini. Dalam berbagai event ataupun pameran yang diadakan pemerintah industri batu bata dan genteng tidak diberi pemberitahuan ataupun keikutsertaan didalamnya. Padahal dengan mengikuti berbagai event seperti itu akan sangat membantu para pengusaha industri batu bata dan genteng untuk mempromosikan produknya. Selain itu dengan mengikuti pameran atau event-event yang diadakan oleh pemerintah para pemilik industri batu bata dan genteng akan mendapatkan informasi pasar yang lebih luas lagi bagi perkembangan usahanya.

Pembahasan

Mengingat pentingnya faktor internal maupun faktor eksternal didalam perkembangan usaha industri batu bata dan genteng, maka menjaga agar faktor internal maupun eksternal dapat terpenuhi atau dapat dijalankan dengan baik. Faktor internal maupun eksternal adalah komponen yang saling berkaitan yang tidak dapat lepas antara yang satu dan yang lainnya.

Seperti halnya faktor internal yang meliputi SDM, bahan baku, cuaca, teknik produksi, dan sistem pemasaran. Kesemuanya adalah faktor-faktor yang berkaitan langsung dengan kelangsungan produksi batu bata dan genteng. Kualitas sumber daya manusia (pekerja) merupakan suatu keharusan karena bila SDM yang bekerja adalah SDM yang memang benar-benar memiliki kualitas yang baik. Karena bagaimanapun juga proses produksi batu bata dan genteng tidak terlepas dari kemampuan para pekerjanya. Tingkat kerapian dan kecepatan produksi juga berpengaruh terhadap hasil produksi. Jadi demi meningkatkan kualitas pekerja maka pemilik usaha harus terus memantau dan memberikan arahan yang benar agar kinerja para pekerjanya tetap baik

Ketersediaan bahan baku adalah hal mendasar yang harus diperhatikan. Karena kelangsungan usaha ini berkaitan langsung dengan ketersediaan bahan baku.

Menjaga agar tetap mendapatkan tanah liat yang berkualitas dan dalam volume yang memadai untuk kelangsungan proses produksi. Bapak jemingan sebagai pelaku usaha industri ini selalu memantau ketersediaan tanah untuk produksinya. Selain itu sebagai bentuk persiapan demi ketersediaan bahan baku yang dilakukannya adalah membeli tanah di lokasi yang berbeda namun tetap memiliki kualitas tanah liat yang baik.

Faktor cuaca merupakan faktor internal yang tidak dapat dikendalikan, cara yang paling umum dilakukan agar faktor cuaca tidak mengganggu proses produksi adalah dengan meningkatkan kegiatan produksi hingga dua kali lipat ketika cuaca sedang panas. Sedangkan ketika cuaca sedang basah atau hujan maka yang dilakukan untuk mencegah terhambatnya proses produksi adalah dengan menambahkan jumlah rak-rak pengering di setiap pres genteng di bangsal produksi.

Sistem pemasaran merupakan faktor penting yang mempengaruhi perkembangan suatu usaha. Didalam industri batu bata dan genteng ini seperti yang sudah dikatakan diatas bahwa sistem pemasaran disini adalah faktor yang paling kritis karena kurang mendapatkan perhatian. Sistem pemasaran harus benar-banar di perbaiki. Pemasaran tidak dapat hanya bergantung pada jaringan pelanggan lama saja. Tetapi perlu juga melakukan promosi-promosi melalui berbagai media. Jika memasang iklan di surat kabar memiliki kendala dari segi biaya maka promosi tetap dapat di lakukan dengan cara lainnya. Seperti yang saat ini sedang berkembang, jaringan sosial media di manfaatkan sebagai area promosi oleh banyak pelaku UKM dari berbagai jenis usaha. Jadi, pemanfaatan jaringan sosial media sebagai alat promosi patut untuk di coba. Cakupan media jaringan sosial media sangatlah luas. Informasi yang ada didalamnya akan tersebar dengan sangat cepat. Dengan begitu produk batu bata dan genteng dapat dipromosikan dengan cepat dan cakupan yang lebih luas.

Dari segi faktor eksternal yang meliputi pendapatan masyarakat, selera konsumen, akses permodalan, dan kebijakan pemerintah merupakan faktor-faktor yang juga memberikan pengaruh terhadap perkembangan usaha ini. Menurut bapak jemingan yang sudah 12 tahun menjalankan usaha ini, usaha batu bata dan genteng selalu mengalami pasang surut dan mengalami kendala, baik itu berasal dari faktor internal ataupun dari faktor eksternal. Untuk bisa bertahan dalam bidang usaha ini juga harus bisa mengendalikan emosi dan membaca suasana pasar. Kerena kebanyakan pada saat ini pengusaha batu bata dan genteng yang menutup tempat usahanya dikerenakan tidak dapat bertahan, penebabnya jelas bermacam-macam. Namun kebanyakan penyebabnya adalah dari segi faktor eksternal. Selera konsumen yang saat ini lebih banyak melirik untuk menggunakan genteng metal untuk atap bangunannya membuat peminat genteng tanah liat menjadi berkurang. Pengusaha yang menilai persaingan ini adalah sebuah ancaman yang serius cepat menutup usahanya karena berpandangan bahwa karena adanya genteng metal sudah menyisihkan keberadaan genteng tanah liat di pasaran. Selain itu bagi pengusaha batu bata dan genteng lainnya yang berusaha untuk bertahan tetap melakukan produksi di tengah gencarnya promosi penggunaan genteng metal menghadapi kendala lainnya. Kegiatan produksi yang tetap berjalan membutuhkan asupan dana yang tidak sedikit, sedangkan penjualan batu bata dan genteng sendiri sedang mengalami kemunduran. Akibatnya juga berujung pada menutup usahanya. Biaya produksi yang tinggi dan sulitnya mendapatkan bantuan dana dari pihak eksternal menjadi

kendala yang sulit untuk di atasi pada saat ini.

Dari pihak pemerintah sendiri sejauh ini tidak melakukan apa-apa untuk membantu para pelaku usaha batu bata dan genteng. Keterlibatan pemerintah saat ini hanya sebatas untuk keperluan pembuatan surat izin saja. Keterlibatan untuk membantu dari segi finansial ataupun untuk mengembangkan jaringan pasar dengan cara ajang pameran ataupun bimbingan tidak pernah dilakukan. Hal ini sebenarnya sangat di sayangkan karena mengingat bidang usaha ini banyak berkontribusi untuk menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat wilayah sukajadi khususnya.

Sedangkan upaya-upaya sejauh ini yang dilakukan untuk mengembangkan usaha batu bata dan genteng oleh CV. Jaya Makmur dilakukan dengan cara bekerjasama dengan beberapa toko bangunan yang berada di wilayah banyuasin, sekayu, pangpangan, dan Palembang. Kerjasama yang dilakukan dengan pihak toko bangunan yaitu dengan cara memasukkan beberapa buah genteng dan batu bata sebagai produk contoh yang nantinya akan di pajang di toko bangunan tersebut. Melalui kerjasama ini jika pihak toko bangunan dapat menjual baik itu produk batu bata ataupun genteng juga akan memperoleh keuntungan. Harga yang di berikan kepada pihak toko bangunan berbeda dengan harga standar penjualan genteng maupun batu bata. Misalnya harga standar untuk genteng Semarang untuk saat ini adalah Rp 900 per buah, harga yang di berikan kepada pihak toko bangunan adalah Rp 800 per buahnya. Jika pihak toko bangunan menjual dengan harga standar saja maka akan mendapatkan keuntungan Rp 100 per buahnya. Selisih harga yang diberikan kepada pihak toko bangunan ini juga berlaku untuk produk batu bata, hanya saja selisih harga yang di berikan tidak sebesar selisih harga genteng. Upaya ini cukup membantu peningkatan penjualan batu bata dan genteng pada CV. Jaya Makmur.

Selain dengan bekerjasama dengan beberapa toko bangunan CV. Jaya Makmur juga mulai mempromosikan produk batu bata dan genteng melalui media sosial facebook. Melalui akun pribadi milik bapak jemingan, ia sudah beberapa kali memposting produk batu bata dan genteng di jejaring sosial tersebut. Walau belum mendapatkan hasil yang begitu berarti namun respon yang diberikan oleh pengguna jejaring sosial tersebut cukup positif.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UKM industri batu bata dan genteng pada CV. Jaya Makmur terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal :

1. Kualitas SDM

SDM yang bekerja pada CV. Jaya Makmur saat ini adalah orang-orang yang memang sudah lama menekuni pekerjaan ini. Kualitas kerja maupun disiplin kerjanya sudah baik. Pemilik usaha hanya tinggal mengontrol secara berkala hasil produksi.

2. Cuaca

Cuaca yang tidak dapat dikendalikan oleh manusia dapat mempengaruhi proses produksi dapat disiasati dengan cara meningkatkan proses produksi ketika cuaca sedang cerah atau terang.

3. Teknik Produksi

Dalam proses produksi, pada tahap pembakaran batu bata dan genteng membutuhkan kayu bakar dengan jumlah yang cukup banyak. Sehingga ketersediaan kayu bakar pada CV. Jaya Makmur harus disiapkan dengan baik.

4. Sistem Pemasaran

Upaya yang telah dilakukan oleh CV. Jaya Makmur untuk mengembangkan usahanya meliputi, bekerjasama dengan beberapa toko bangunan di beberapa wilayah seperti banyuasin, sekayu, pangpangan, dan Palembang. Kerjasama yang dilakukan dengan cara memberikan harga selisih dari harga standar penjualan kepada pihak toko bangunan, sehingga pihak toko bangunan yang bekerjasama dengan CV. Jaya Makmur akan memperoleh keuntungan juga dari hasil penjualan produk genteng ataupun batu bata.

Sistem pemasaran yang dilakukan oleh CV. Jaya Makmur yang masih belum optimal akan menyebabkan penurunan hasil penjualan produk baik batu bata maupun genteng.

Kurangnya pengetahuan calon konsumen akan kelebihan-kelebihan penggunaan batu bata dan genteng tanah liat pada bangunan menyebabkan banyak dari mereka yang beralih menggunakan bahan baku bangunan dari jenis lain.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan pada CV. Jaya Makmur adalah sebagai berikut:

Faktor Internal :

1. Teknik Produksi

Pada proses produksi batu bata dan genteng mengharuskan CV. Jaya Makmur untuk dapat memasok kayu bakar dengan jumlah yang tidak sedikit agar tidak mengganggu jalannya proses pembakaran batu bata dan genteng. Apabila pasokan kayu bakar tidak stabil maka akan mengganggu proses produksi dan ketersediaan produk di gudang.

2. Sistem pemasaran

Untuk sistem pemasaran yang belum berjalan optimal, hendaknya dapat diperhatikan sebaik mungkin mengingat sistem pemasaran memegang peranan penting dalam perkembangan dan peningkatan penjualan batu bata dan genteng. Bekerja sama dengan beberapa toko bangunan harus dikembangkan lagi, dan penggunaan media sosial sebagai media promosi harus terus dilakukan. Kurangnya pengetahuan calon konsumen akan kelebihan-kelebihan dari produk batu bata dan genteng dalam penggunaannya untuk bangunan dapat dilakukan dengan cara memberikan penjelasan yang dapat diposting melalui media sosial, dan dapat juga dilakukan penjelasan secara langsung kepada calon konsumen.

Faktor Eksternal :

Dari segi faktor eksternal yang paling penting adalah memperluas market sales / wilayah penjualan. Hal ini dilakukan untuk dapat meningkatkan penjualan dan juga perkembangan CV. Jaya Makmur. Memperluas wilayah penjualan dapat dilakukan dengan cara yang sama yang diterapkan pada wilayah pemasaran CV. Jaya Makmur seperti, sekayu, pampangan, Palembang, dan banyuasin. Yaitu dengan cara bekerja sama dengan toko bangunan yang ada di wilayah sebaran di provinsi Sumatera Selatan

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik, 2011, *Berita Resmi Statistik* No. 26/03/Th. VII, Jakarta
- Ensiklopedia, 2013, *Pengertian Batu bata dan genteng*, www.wikipediaindonesia.com .
- Haeruman, H, 2000, *Peningkatan Daya Saing UMKM untuk Mendukung Program PEL*. Makalah Seminar Peningkatan Daya Saing, Graha Sucofindo, Jakarta.
<http://nationalbankingforum.blogspot.com/2011/09/peranukm-dalam-perekonomian-indonesia.html>
- Lesceviva, M, 2004, Rural Enterpreunership Success Deterinant, *Unpublished Working Papers*, Faculty of Economics, Latvian University of Agriculture, Eksjo, Latvian.
- Munizu, Musran, 2010, Pengaruh Faktor-faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 12, 33-41.
- Setyobudi, Andang, 2007, Peran Serta Bank Indonesia dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), *Buletin Hukum Perbankan dan Kebanksentralan* 5, 29-35.
- Tambunan, Tulus T.H., 2002, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, Salemba Empat, Jakarta
- Muntama, Ani & Umar Faruq. 2020. Pengelolaan Arsip Dnamis Aktif SMA Datuk Batu Hampar Pekan Baru. *Jurnal Administrasi Pendidikan dan Konseling Pendidikan*. Vol. 1 No. 2.
- Musliichah. 2019. *Bunga Rampai Kearsipan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nurhidayati, dkk. 2022. Pengelolaan Arsip Dinamis Sekolah Menengah Atas Negeri Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Administrasi Negara*. Vol. 9 No. 1.