



Siasat Usaha Industri Kecil dalam Menghadapi Dominasi Industri Besar (Studi Kasus pada Industri Kecil Klaster Bordir dan Konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)

Luthfiatul Muasyaroh, Asma Luthfi

Jurusan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 15 Juli 2019

Disetujui 17 Juli 2019

Dipublikasikan

Keywords:

Domination, Small

Industry, Strategy

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui siasat usaha yang dilakukan oleh industri kecil di Desa Padurenan dalam menghadapi dominasi industri besar. Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan untuk menganalisis data adalah dimensi moral oleh Scott dan dimensi rasional oleh Popkin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Kondisi usaha kecil terdiri dari berbagai karakteristik yakni lama pendirian usaha, dan perluasan pangsa pasar. 2) Bentuk persaingan usaha konveksi berupa harga dan pangsa pasar, 3) Hambatan yang dialami industri kecil dalam menghadapi persaingan usaha yaitu modal, sumber daya manusia, sarana prasarana dan pemasaran. 4) Siasat usaha yang dilakukan oleh industri kecil meliputi mengikuti trend pasar, optimalisasi penggunaan bahan baku, promosi *online* maupun *offline*, sikap terbuka terhadap konsumen dan tenaga kerja, serta pemanfaatan jaringan sosial.

Abstract

This article aims to find out the business strategies carried out by small industries at Padurenan Village in facing the dominance of large industries. The method in this study is qualitative. The techniques of collecting this study are by observation, interviews, and documentation. The theory used to analyze the data are Scott's moral dimension and Popkin's rational dimension. The results of this study indicate show 1) The condition of small businesses consists of various characteristics, they are the length of business establishment, and expansion of market share. 2) Form of convection business competition in the form of price and market share, 3) Obstacles experienced by small industries in facing business competition they are capital, human resources, infrastructure and marketing. 4) The dtrategies business carried out by small industries include following market trends, optimizing the use of basic materials, online and offline promotions, good attitudes towards consumers and labor, and utilization of social networks.

© 2019 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1 FIS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: unnessosant@gmail.com

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Indonesia kini semakin pesat, yang salah satunya ditandai dengan perkembangan industri ke berbagai sektor dan wilayah. Sektor industri merupakan salah satu sektor yang mampu menggerakkan pembangunan ekonomi nasional maupun menjadi tulang punggung kejayaan negara di samping sektor pertanian maupun pertambangan (Sudarmiani, 2016). Hadirnya industri telah memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesempatan kerja bagi masyarakat. Banyaknya industri besar, industri menengah, industri kecil sampai industri rumahan yang muncul di suatu daerah, akan menyebabkan terserapnya tenaga kerja, mengurangi urbanisasi, serta penggerak perekonomian rakyat yang tangguh (Fitriati, 2015:6).

Setiap daerah, berusaha menyumbangkan produk unggulan di bidang industri maupun bidang lain untuk pendorong laju pertumbuhan ekonomi (Andriany, 2008). Salah satu Kabupaten yang bergelut dalam bidang industri adalah Kabupaten Kudus. Selain industri rokok yang mendominasi, industri lain seperti konveksi, bordir, furniture, elektronik, kerajinan, makanan, dan kertas ikut berkembang pesat di Kudus. Beberapa industri ini menyebar dan berkembang ke berbagai desa yang ada di Kudus.

Desa Padurenan merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus yang terkenal sebagai desa produktif klaster bordir dan konveksi dan telah dicanangkan oleh Bupati Kudus pada tahun 2009. Terpilihnya Desa Padurenan sebagai desa produktif didasarkan pada potensi yang dimiliki desa banyak bergerak ke arah produk-produk unggulan berupa bordir dan konveksi. Sebagai desa produktif, banyak industri bordir dan konveksi yang berkembang di Padurenan dengan berbagai produk yang dihasilkan seperti produk bordir, konveksi jaket, baju koko, jas, seragam sekolah, gamis, maupun mukena.

Banyaknya industri yang berkembang, memiliki potensi dalam hal persaingan usaha. Persaingan antar pengusaha merupakan tantangan yang besar untuk tetap bertahannya suatu usaha. Faktor persaingan usaha memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap siast bisnis (Hermanto, 2008). Untuk mempertahankan keunggulan dalam persaingan, dibutuhkan inovasi berupa pengaplikasian ide, teknologi, desain, model ataupun strategi baru yang unggul, unik dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain (Mustofa, 2018).

Di Padurenan, adanya industri kecil dan besar memiliki daya saing yang mampu berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Secara umum, industri besar yang berkembang di Padurenan didukung oleh beberapa faktor, mulai dari faktor sumber daya manusia yang berkualitas tinggi, modal, penggunaan teknologi, pemasaran maupun branding produk yang menjadi tombak utama dalam besarnya suatu industri. Merk produk yang sudah terkenal mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen (Buted (2014), Zinn (1994)).

Hadirnya industri kecil di tengah-tengah industri besar merupakan tantangan tersendiri bagi pemilik usaha (Hallberg, 2000). Permasalahan pengembangan industri kecil sangat beragam meliputi perluasan aktivitas, perbedaan produk, kemampuan manajerial maupun permasalahan sumber daya manusia (Subagyo, 2013). Permasalahan yang dialami industri kecil di Padurenan terkait sulitnya mendapatkan tenaga kerja. Para pencari kerja lebih tertarik untuk bekerja di industri yang sudah berkembang besar daripada industri kecil dengan alasan gaji yang ditawarkan umumnya lebih besar.

Kendala modal juga menjadi masalah krusial dalam pengembangan usaha (Indriastuti, 2016). Pengusaha industri kecil umumnya menggunakan dana pribadi sehingga kapasitas produk yang dihasilkan sebatas pada besarnya modal. Selain itu, perluasan jaringan pemasaran juga kalah saing dengan industri besar yang umumnya berani mengkreditkan produk kepada *bakul* di pasar. Berbagai permasalahan yang dialami oleh industri kecil seharusnya menjadikan industri kecil cepat mengalami kebangkrutan usaha, akan tetapi industri kecil di Padurenan masih bertahan sampai sekarang, atau dalam (Nurhayati, 2017) dijelaskan bahwa dibutuhkan strategi adaptasi untuk kelangsungan usaha. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian tentang siasat usaha industri kecil dalam mempertahankan usaha dengan mengambil judul “Siasat Usaha Industri Kecil dalam Menghadapi Dominasi Industri Besar (Studi Kasus pada Industri Kecil Klaster Bordir dan Konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan pada kondisi obyek yang alamiah (Sugiyono, 2015:15). Peneliti terjun langsung ke tempat penelitian untuk mencari informasi dengan melakukan pengamatan secara mendalam di Desa Padurenan sebagai desa produktif klaster bordir dan konveksi mulai 01 Desember 2018 sampai 25 Februari 2019 untuk mengamati kegiatan industri konveksi dan bordir. Penelitian ini dilakukan di Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus. Penelitian ini akan berfokus pada Siasat Usaha Industri Kecil dalam Menghadapi Dominasi Industri Besar (Studi Kasus pada Industri Kecil Klaster Bordir dan Konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)”.

Sumber data penelitian ini diperoleh melalui sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi partisipan, sedangkan data sekunder berasal dari sumber-sumber tertulis yang berhubungan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2015:308). Subjek penelitian yang menjadi pusat penelitian yaitu industri kecil konveksi dan bordir. Informan utama dalam penelitian ini yaitu pemilik usaha industri kecil, sedangkan informan pendukung dalam penelitian ini yaitu pelaku industri besar, tenaga kerja konveksi serta tokoh masyarakat. Validitas data dalam

penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yang dilakukan dengan dua cara yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dan membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi. Teknik analisis data terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Desa Padurenan: Desa Produktif Klaster Bordir dan Konveksi

Kondisi Masyarakat di Desa Padurenan

Desa Padurenan merupakan salah satu desa di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus yang menjadi sentra industri kain bordir dan sentra industri konveksi pakaian jadi. Pemukiman penduduk Desa Padurenan cukup padat dan banyak lokasi usaha bordir dan konveksi yang berdiri di Desa Padurenan. Luas wilayah Desa Padurenan seluas kurang lebih 163,116 ha yang terdiri atas tanah sawah (102,162 ha), tanah tegalan dan pekarangan (51,525 ha), dan lain-lain (sungai, kuburan, jalan) seluas 9,429 ha. Mayoritas lahan di desa Padurenan dimanfaatkan untuk pemukiman, tempat usaha maupun persawahan.

Kondisi perekonomian penduduk Desa Padurenan termasuk dalam kategori menengah ke bawah. Sebagian besar penduduk Desa Padurenan bermata pencaharian sebagai buruh industri bordir dan konveksi, industri rokok, dan buruh tani. Sebagai desa produktif, industri konveksi dan bordir yang berdiri di Desa Padurenan membutuhkan banyak tenaga kerja dalam proses produksi. Kebutuhan akan tenaga kerja ini akhirnya menjadi pembuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Secara administratif, penduduk Desa Padurenan tersebar dalam 5 Dukuh yakni Dukuh Krajan, Jerabang, Jetis, Salak dan Randukuning. Berdasarkan pembagian dukuh tersebut, pengusaha industri konveksi dan bordir tersebar ke berbagai dukuh. Dari 63 UMKM di Padurenan, 51 diantaranya tersebar di Dukuh Krajan, 3 UMKM tersebar di dukuh Jerabang, 2 UMKM tersebar di Dukuh Jetis, 6 UMKM tersebar di Dukuh Salak, dan 1 UMKM tersebar di Dukuh Randukuning.

Kondisi Industri Kecil

Industri Kecil “Pandawa Collection”

Industri Kecil Pandawa Collection merupakan salah satu usaha perorangan milik Bapak Zaenal Abidin (38) yang berdiri pada tahun 1998 dengan produk berupa pakaian jadi yang meliputi jaket, hem, maupun jas. Sebelum memutuskan untuk membuka usaha sendiri, dulu Bapak Zaenal pernah ikut bekerja di usaha milik orang lain sebelum memasuki jenjang sarjana. Bapak Zaenal Abidin adalah salah satu lulusan Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Malang. Jumlah keseluruhan tenaga kerja konveksi Bapak Zaenal Abidin adalah 12 orang yaitu 7 orang memilih menjadi tenaga yang bekerja nya di rumah Bapak Zaenal Abidin, dan 5 orang menjadi buruh yang kerja nya di rumah masing-masing. Bagi yang bekerja di rumah pemilik usaha, sistem masuk

kerja yang diterapkan mulai hari sabtu sampai kamis jam 08.00-16.00 WIB, sementara untuk hari jumat diliburkan.

Bagi tenaga kerja yang bekerjanya di bawa pulang, sistem kerjanya dengan sistem setor barang. Ketika usaha konveksi sedang mengerjakan produk untuk pemenuhan kebutuhan pasar, penentuan setor oleh buruh tidak dibatasi waktunya, tetapi ketika mengerjakan produk pesanan pelanggan, pemilik usaha akan menentukan jangka waktu penyeteroran barang yang dikerjakan. Rata-rata buruh jahit setor 2 hari sekali sampai satu minggu sekali. Produk yang dihasilkan “Pandawa Collection” dipasarkan ke pasar tradisional sekitar Kudus, Jepara dan luar Kudus yakni Jawa Timur. Selain memproduksi untuk pemenuhan kebutuhan pasar, “Pandawa Collection” juga menerima pesanan pelanggan. Selama ini konveksi Pandawa banyak mengerjakan produk pesanan pelanggan.

Industri Kecil “Al-Muwaffil Collection”

Al-Muwaffil Collection merupakan salah satu industri kecil berupa konveksi yang ada di Desa Padurenan Gebog Kudus milik Bapak Ainuddin (41). Al-Muwaffil Collection mulai berdiri sejak tahun 2015 dengan produk yang dihasilkan adalah pakaian jadi berupa gamis, hem, maupun baju koko. Sebelum memilih untuk membuka usaha sendiri, Bapak Ainuddin ikut bekerja dengan saudaranya yang juga menjadi pengusaha konveksi. Saat ini, jumlah karyawan yang bekerja di konveksi Al-Muwaffil berjumlah 6 orang. Semua karyawannya termasuk dalam kategori tenaga karena proses pengerjaannya dilakukan di rumah pemilik usaha. Sistem hari kerja yang diterapkan di konveksi Al-Muwaffil masuknya hari senin sampai jumat dari jam 08.00 sampai jam 16.00 WIB, sementara untuk hari minggu libur menyesuaikan hari libur nasional.

Produk yang dihasilkan konveksi Al-Muwaffil collection dipasarkan secara pribadi ke pasar tradisional lingkup Jawa Tengah yakni sekitar pasar di Kudus, Jepara, Demak. Pemasaran produk yang dihasilkan belum sampai luar Jawa karena belum memiliki jaringan sosial dan proses pemasaran masih dipasarkan secara pribadi karena belum memiliki sales untuk membantu menjualkan hasil produk konveksinya. Selain memproduksi untuk kebutuhan pasar, konveksi ini juga menerima *pocokan* atau menerima pembuatan baju dari konveksi lain yang tidak bisa mengerjakan produk karena terlalu banyak pesanan. Di musim sepi orderan, pemilik usaha juga melakukan hal yang sama agar usahanya tetap melakukan aktivitas produksi. Tidak hanya itu, konveksi Al-Muwaffil juga siap mengerjakan produk pesanan konsumen seperti pesanan baju parkir, baju muslim, dan lain-lain.

Industri Kecil “MaxThink”

Konveksi “MaxThink” merupakan perusahaan perseorangan yang dijalankan oleh Bapak Chalimi. Sebelum merintis usaha konveksi ini, Bapak Chalimi terlebih dahulu menjadi buruh jahit di Bali selama 2 tahun. Setelah 2 tahun bekerja di konveksi milik

orang lain Bapak Chalimi memutuskan untuk berhenti bekerja dan mulai merintis usaha sendiri pada tahun 2006. Saat ini, jumlah karyawan yang bekerja di konveksi “MaxThink” sebanyak 15 orang. Dari 15 karyawan yang ada, 9 orang memilih untuk bekerja di rumah, dan 6 orang memilih untuk bekerja di lokasi usaha. Sistem kerja yang diterapkan untuk karyawan yang bekerja di rumah pemilik usaha “MaxThink” masuknya hari sabtu sampai kamis dari jam 08-00-16.00 WIB dengan jam istirahat pukul 12.00-13.00 WIB, untuk hari jum’at diliburkan karena hari tersebut terpotong dengan ibadah sholat Jum’at yang menjadikan hari jum’at terasa hari pendek. Sementara bagi tenaga kerja yang bekerja di rumah masing-masing, sistem kerja yang diterapkan dengan sistem setor barang.

Pemasaran produk yang dihasilkan dijual ke Bali karena Bapak Chalimi sudah memiliki jaringan disana. Tidak hanya itu, di Bali beliau juga memiliki sales yang membantu memasarkan hasil produknya. Pemasaran produk yang dihasilkan oleh konveksi MaxThink tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pasar. Konveksi MaxThink juga seringkali menerima pesanan pelanggan. Masyarakat Bali sering memesan baju hem untuk acara Ngaben di Bali di Konveksi Bapak Chalimi ini.

Industri Kecil “AMJ Collection”

Usaha dengan merk dagang “AMJ Collection” merupakan perusahaan perseorangan milik Bapak Abdul Ghofur (52) yang hanya memproduksi kemeja. Usaha milik bapak Abdul Ghofur didirikan pada tahun 1999, sebelum Bapak Abdul Ghofur membuka usaha sendiri, dahulu pernah menjadi buruh jahit di usaha milik Bapak Chafidz. Saat ini, jumlah tenaga kerja yang bekerja di AMJ Collection berjumlah 12 orang. Seperti halnya usaha konveksi yang lain, ada 2 bentuk karyawan yang bekerja yakni sebagai tenaga yang bekerja di rumah pemilik usaha dan sebagai buruh yang bekerja di rumah masing-masing. Dari 12 tenaga kerja, 5 orang menjadi tenaga dan 7 orang menjadi buruh yang pekerjaannya di bawa pulang ke rumah masing-masing.

Bagi yang bekerja di rumah pemilik usaha hari kerjanya sabtu sampai kamis mulai pukul 08.00-16.00 WIB, sementara bagi karyawan yang pekerjaannya dibawa pulang ke rumah dalam menyelesaikan pekerjaan dengan sistem setor. Buruh menyetorkan pekerjaan kepada pemilik usaha rata-rata 2 hari sekali dan paling lama satu minggu sekali. Produk hasil konveksi AMJ Collection di pasarkan ke daerah Jawa Timur. Selain memproduksi barang untuk kebutuhan pasar, usaha konveksi yang ada tidak menuntut kemungkinan untuk menerima produk pesanan dari konsumen. Produk baju hem di AMJ Collection ramai dikunjungi pemasok barang ketika mendekati lebaran. Pengusaha dari luar Kudus yang mengetahui produk hem AMJ Collection juga sering mendatangi lokasi usaha untuk mengambil barang dagangan yang dijual di pasar-pasar di luar Kudus.

Bentuk-Bentuk Persaingan Usaha

Harga

Permasalahan keuntungan yang diambil oleh pemilik usaha memiliki pengaruh terhadap harga produk yang dipasarkan (Longenecker, 2000:378). Ketatnya persaingan usaha tidak lepas dari perbandingan harga barang dari pengusaha satu dengan pengusaha lain, apalagi ketika produk tersebut dijual ke *bakul* (grosir). *Bakul* yang membeli produk dalam jumlah banyak dari usaha konveksi akan menjual lagi ke konsumen dengan mengambil keuntungan dari harga awal. Harga yang ditawarkan oleh pemilik usaha disesuaikan dengan model dan ukuran. Ketika harga barang yang berlaku tidak sesuai pasaran produsen kepada konsumen atau pasar, akan memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi. Apalagi sekarang ini banyak pengusaha yang memproduksi pakaian yang sejenis dan bahkan dipasarkan di pasar yang sama. Persaingan yang tinggi mengharuskan setiap pemilik usaha memiliki cara-cara yang unik agar usahanya tetap bertahan di tengah persaingan bisnis.

Pangsa Pasar

Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai suksesnya usaha, karena perkembangan usaha dapat dilihat melalui pemasaran produk yang dihasilkan. Terkait hal tersebut, perusahaan harus mempertimbangkan market share atau pangsa pasar. Market share usaha dapat dikelompokkan berdasarkan tingkat penghasilan, usia, jenis kelamin pendidikan, maupun status sosial. Pangsa pasar yang telah dikuasai oleh pengusaha besar memiliki pengaruh terhadap pergerakan pasar industri kecil. Industri kecil dengan segala keterbatasan yang ada harus mampu bersaing dengan pengusaha yang lebih besar. Untuk mengetahui dan menetapkan pangsa pasar, pengusaha harus dapat mendefinisikan pasar yang akan dibidik sehingga dapat melihat potensi pasar tersebut (Ahimsa-Putra, 2003).

Bagi pengusaha kecil, agar produk yang dihasilkan dapat terjual ke konsumen, pangsa pasarnya memilih pasar yang tidak dikuasai oleh para pengusaha besar. Mempelajari siapa pesaing di pasar tersebut dan berapa banyak pasar yang telah dikuasai oleh pengusaha lain sangat penting untuk meminimalisir tidak berjalannya pemasaran di pasar tersebut. Ketika proses pemasaran tidak berjalan, maka akan berpengaruh terhadap ketahanan bisnis bagi pengusaha.

Hambatan yang dialami Industri Kecil dalam Persaingan Usaha

Modal

Menurut (Ahimsa-Putra, 2003: 113) modal adalah segala sesuatu yang diperlukan untuk mengawali usaha seperti uang, bahan baku, dan peralatan produksi. Pada dasarnya, modal memiliki hubungan terselubung dengan tingkat produktivitas. Industri yang lebih banyak menggunakan modal, tingkat produktivitasnya lebih tinggi dibanding industri yang lebih banyak menggunakan tenaga kerja. Hal demikian bisa terjadi karena dengan modal yang banyak, pengusaha bisa mengerjakan produknya kepada pengusaha lain atau

istilah yang berkembang di usaha konveksi Desa Padurenan adalah sistem *pocokan*. Jadi pengusaha konveksi melimpahkan pekerjaannya kepada pengusaha konveksi lain karena permintaan pasar yang banyak. Untuk mengantisipasi keterlambatan proses produksi, maka sistem *pocokan* menjadi alternatif oleh pengusaha tertentu.

Faktor produksi yang dirasakan menjadi pendorong sekaligus penghambat adalah kepemilikan uang tunai. Uang tunai sebagai modal utama dalam pengembangan usaha dapat menentukan keberlangsungan suatu usaha. Berhubungan dengan modal, beberapa pengusaha konveksi dan bordir Desa Padurenan memiliki akses yang berbeda dalam kepemilikan uang tunai sebagai modal. Ada 3 sumber modal yang diperoleh para pengusaha konveksi, pertama modal pribadi, kedua modal dengan cara meminjam kepada saudara, dan ketiga modal dengan cara meminjam kepada lembaga keuangan.

Sumber Daya Manusia

Banyaknya industri yang berdiri di Desa Padurenan berkaitan dengan kebutuhan akan banyak tenaga kerja. Namun yang terjadi sekarang ini, industri kecil konveksi dan bordir di Desa Padurenan kekurangan sumber daya manusia karena kesulitan dalam mencari tenaga kerja. Sulitnya mencari tenaga kerja disebabkan karena beberapa faktor yakni tenaga kerja lebih memilih di industri besar dan tenaga kerja lebih memilih bekerja di pabrik. Faktor pertama banyaknya tenaga kerja yang lebih memilih bekerja di industri besar dengan alasan gaji yang ditawarkan lebih besar.

Selain itu, di industri besar setiap hari melakukan proses produksi walaupun pada musim sepi, sehingga penawaran-penawaran inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi tenaga kerja dalam mencari pekerjaan untuk mencukupi kehidupan sehari-hari. Faktor kedua karena banyak pabrik-pabrik besar buatan Luar Negeri yang berdiri di Jepara baru-baru ini yang membutuhkan tenaga kerja banyak. Pabrik-pabrik tersebut meliputi pabrik sepatu, pabrik kabel, bahkan pabrik garment yang hampir sama dengan industri konveksi. Jadi, dengan banyaknya pabrik ini generasi muda lebih memilih untuk bekerja di pabrik yang gajinya besar daripada di industri kecil.

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam usaha konveksi dan bordir meliputi tempat usaha, alat-alat produksi, dan kebutuhan akan bahan baku. Bagi beberapa industri kecil yang ada di Desa Padurenan, tempat usaha masih tergabung menjadi satu dengan rumah pribadi yang menyebabkan ruang gerak antara ruang kerja dengan ruang pribadi pemilik usaha menjadi terbatas. Hal ini berdampak pada penyediaan alat-alat produksi yang hanya dalam jumlah tertentu, sehingga banyak tenaga kerja yang membawa pekerjaan untuk di bawa pulang ke rumah masing-masing.

Ketika hal ini terjadi, maka pemilik usaha tidak bisa mengontrol secara leluasa ketika pekerjaannya tidak dikerjakan di rumah pemilik usaha. Terbatasnya sarana dan prasarana pada industri kecil disebabkan karena rendahnya modal yang dimiliki. Modal

yang dimiliki industri kecil tidak hanya digunakan untuk pemenuhan kebutuhan akan sarana dan prasarana, melainkan digunakan untuk pemenuhan kebutuhan usaha yang lain juga.

Pemasaran

Bagi pengusaha, hasil produk industri harus mampu menembus pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut (Longenecker, 2001:432) seorang manajer bisnis berskala kecil harus memenuhi prinsip dasar distribusi yang berkaitan dengan kemasan yang unik atau promosi yang kreatif. Sebagai industri yang bergerak dalam skala kecil, proses pemasaran produk belum bisa menjangkau pasar secara luas, penyebabnya karena sasaran pasar sudah dikuasai oleh pengusaha besar. Pengusaha besar dengan modal yang besar pula berani mengkreditkan barang kepada *bakul* di pasar dengan pembayaran yang dilakukan dengan sistem kredit, sehingga hal ini menjadi salah satu daya tarik *bakul* untuk membeli produk dari pengusaha besar. Bagi industri kecil, ketika terjadi kemacetan pembayaran pembelian oleh konsumen otomatis akan berpengaruh terhadap kegiatan usahanya.

Siasat Usaha Industri Kecil dalam Pengembangan Usaha yang Berdaya Saing *Mengikuti Trend Pasar*

Trend mode pakaian yang seringkali berubah-ubah sangat berpengaruh terhadap hasil produk yang akan diciptakan. Untuk mengikuti trend yang sedang berkembang, kreativitas dan inovasi sangat dibutuhkan agar mampu mengikuti perubahan yang ada. Ketika produk yang dijual tidak mengikuti trend yang sedang berlangsung, maka produk yang dihasilkan akan susah untuk dipasarkan. Menurut Purnama (2010), salah satu faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ditandai oleh inovasi dan perilaku mau mengambil resiko.

Inovasi dimaksudkan agar sebuah industri kecil mampu mengikuti trend pasar dan memiliki produktivitas tinggi baik dalam segi kualitas maupun kuantitas, sedangkan perilaku mau mengambil resiko berhubungan dengan penentuan luasnya pemasaran dan berani bersaing dengan pengusaha lain yang memiliki produk sejenis. Secara umum, trend model pakaian dapat mempengaruhi ketahanan sebuah bisnis konveksi. Ketika usaha konveksi tidak mampu mengikuti trend yang sedang berlaku di pasaran, maka pemilik usaha akan mengalami penurunan permintaan oleh konsumen. Jika permintaan semakin turun, ketahanan bisnis akan terancam. Sebagai konsumen akan lebih memiliki sikap selektif dalam membeli produk yang dihasilkan, salah satunya adalah pakaian. Untuk itu, kreativitas dibutuhkan untuk dapat mengikuti trend yang sedang laku di pasaran.

Optimalisasi Penggunaan Bahan Baku

Terkait pemotongan kain sebagai bahan baku utama, ukuran kain yang telah ditentukan biasanya ditarget harus menjadi jumlah potongan yang telah dirancang. Tukang potong harus pandai dalam membagi lembaran kain menjadi beberapa potong. Bagi tukang potong yang belum mahir, untuk meminimalisir kesalahan kerja biasanya memotong kainnya dengan cara *ngeblat* atau meniru pola yang sudah jadi untuk digambar dikain yang akan dipotong (Raharjana dalam Ahimsa-Putra, 2003:111).

Ketika si tukang potong kain tidak mampu memotong sesuai dengan jumlah potongan yang telah ditentukan, maka akan berpengaruh terhadap laba-rugi yang diperoleh oleh pemilik usaha. 1 gulung kain yang harusnya menjadi jumlah produk yang telah ditentukan, jika hasil potongan tidak sesuai maka akan mengurangi jumlah penjualan produk yang dapat menyebabkan kerugian. Selain itu, ketika si tukang potong tidak mampu memotong sesuai target, maka sisa potongan kain atau limbah kain akan menumpuk banyak.

Promosi Online dan Offline

Secara *online*, promosi yang dilakukan untuk menjualkan produk konveksi dengan memanfaatkan teknologi informasi, salah satunya adalah media internet. Media internet atau yang lebih dikenal dengan istilah *online* dijadikan sebagai tempat untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Melalui internet, jangkauan konsumen sangat luas hingga ke berbagai daerah sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

Secara *offline*, promosi dilakukan dalam 2 bentuk yakni *personal selling* (penjualan perorangan) dan pameran. Pertama, untuk promosi *personal selling* atau penjualan perorangan, pemilik usaha melakukan kegiatan dengan cara menawarkan langsung kepada konsumen. Kedua promosi offline untuk menjual produk hasil konveksi dilakukan melalui pameran-pameran yang diadakan oleh pemerintah setempat maupun pemerintah Kabupaten Kudus. Pameran yang diadakan oleh pihak Desa Padurenan biasanya melibatkan industri yang ada diseluruh Desa Padurenan. Melalui pameran ini, produk yang dihasilkan dapat dikenalkan kepada pengunjung sekaligus dapat dijual kepada pengunjung pameran.

Sikap Terbuka terhadap Konsumen dan Tenaga Kerja

Sikap terbuka pemilik usaha konveksi kepada konsumen ditunjukkan melalui pelayanan pembelian diantaranya kepada konsumen yang membeli produk pesanan. Pemilik usaha dengan terbuka menjelaskan ketika produk yang dipesan dalam jumlah banyak maka harga yang ditawarkan bisa rendah, berbeda ketika produk yang dipesan dalam jumlah sedikit harganya relative tinggi. Hal ini terjadi karena beban semua biaya produksi akan dilimpahkan kepada pembeli. Pemilik usaha juga bersifat terbuka terhadap semua tenaga kerja. Bagi tenaga kerja yang mengalami kesulitan dalam pengerjaan

produk, pemilik usaha bersifat terbuka yang ditunjukkan melalui saling berbagi pengetahuan dan cara-cara untuk menyelesaikan produk yang sedang dikerjakan.

Pemanfaatan Jaringan Sosial

Sebagai industri yang bergerak dalam bidang konveksi dan bordir, pengusaha di Padurenan telah menjalin kerjasama berupa jaringan sosial dengan beberapa pihak yakni pihak penyedia bahan baku, sesama pengusaha, serta para pedagang atau *bakul* di pasar. Implikasi jaringan sosial dimanfaatkan untuk mengurangi resiko kerugian (Irianto, 2014). Jaringan sosial tersebut terbagi atas 2 bentuk yaitu jaringan sosial yang terbentuk atas dasar kepercayaan dan atas dasar hubungan kerja.

Hubungan pemilik usaha konveksi dengan penyedia bahan baku terjadi dalam bentuk menghutangkan kain sebagai bahan proses produksi konveksi. Hubungan ini terjadi ketika telah terjalin hubungan bisnis yang tetap atau langganan. Hubungan kerja yang kedua terjadi antar sesama pengusaha konveksi dimana bentuk hubungannya berupa penyerahan pekerjaan ke pihak lain bagi pengusaha yang tidak mampu menyelesaikan pekerjaan yang terlalu banyak, Istilah yang berkembang di Desa Padurenan dalam kegiatan ini disebut sistem *pocokan*.

Hubungan kerja yang ketiga dilakukan pemilik usaha dengan para pedagang atau *bakul* yang biasanya sudah menjadi pelanggan tetap. Hubungan langganan ini merupakan hubungan ekonomi yang didalamnya terkandung nilai-nilai sosial seperti malu dan harga diri (Raharjana dalam Ahimsa-Putra 2003:123). Hubungan kerja antara pemilik usaha dengan *bakul* juga didasari oleh kepercayaan yang telah dibangun. Bagi *bakul* yang sudah langganan telah mendapatkan kepercayaan untuk mengambil barang terlebih dahulu dari pengusaha konveksi dan akan membayar di belakang hari kemudian. Sistem pengambilan barang terlebih dahulu yang dilakukan oleh *bakul* disebut dengan sistem nota berjalan (kredit).

Dimensi Moral dan Dimensi Rasional dalam Siasat Usaha Industri Kecil Klaster Bordir dan Konveksi Desa Padurenan

Dimensi Moral

Pada dimensi moral dimaksudkan nilai-nilai moral mengacu pada aspek-aspek tindakan manusia yang dianggap baik dan benar dalam masyarakat. Nilai moral berfungsi mempererat hubungan sosial dengan pihak lain. Pada dimensi moral memiliki keterkaitan dengan pendekatan substantif dimana dalam pendekatan ini menempatkan perekonomian sebagai rangkaian dari norma sosial maupun sosio-kultural (Sairin, 2002:105). Pola tindakan yang berdasarkan ekonomi moral yaitu: 1) Mendidik kerabat menjadi pengusaha: Pengusaha di Padurenan lebih melibatkan anggota keluarga atau saudara untuk dididik menjadi pengusaha. Awalnya, pemilik usaha mengajarkan cara pemasaran produk kemudian diajarkan cara memproduksi barang dan manajemen usaha supaya bisa

membuka usaha sendiri. Ketika bisa membuka usaha sendiri, dapat dijadikan sebagai jaringan sosial.

2) Memberikan *garapan* kepada buruh: Sebagai tenaga kerja yang termasuk buruh, dalam mengerjakan proses produksi konveksi pemilik usaha memberikan *garapan* (pekerjaan) yang akan dibawa pulang buruh untuk dikerjakan di rumah masing-masing. Buruh didominasi oleh ibu rumah tangga yang tugasnya menyelesaikan pekerjaan rumah sekaligus bisa menghasilkan uang. Mempekerjakan dapat menekan ongkos produksi karena sistem kerja yang ditawarkan adalah sistem borongan yakni pemberian gaji bergantung pada banyak sedikitnya produk yang dikerjakan. Buruh didominasi

3) Mengikat hubungan langganan melalui nota berjalan (pembayaran sistem kredit): Nota berjalan merupakan hubungan jual beli antara pemilik barang dengan pihak yang membutuhkan barang. Pihak yang membutuhkan barang mengambil barang terlebih dahulu lalu membayar beberapa hari kemudian. Hubungan nota berjalan didasarkan atas kepercayaan diantara kedua belah pihak. Kegiatan nota berjalan pengusaha melakukannya dengan kerabat, tetangga, atau pedagang yang telah menjadi langganan. Cara penjualan seperti ini memungkinkan pengusaha memiliki banyak pedagang.

Dimensi Rasional

Pada dimensi rasional tindakan pengusaha tampak pada aktivitas yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan bagi dirinya sendiri. Dimensi rasional berkaitan dengan pendekatan formalis dimana kegiatan ekonomi dilihat sebagai tindakan memilih antara tujuan yang tidak terbatas dengan sarana yang terbatas (Sairin, 2002:86). Pendekatan formal ini menempatkan hubungan sosial sebagai pemanfaatan sumber daya ekonomi sebagai dasar atas prinsip memaksimalkan keuntungan. Tindakan rasional pengusaha industri kecil konveksi dan bordir di Padurenan meliputi: 1) *Pocokan* (menyerahkan pekerjaan ke pengusaha konveksi lain): Di musim ramai ketika pengusaha konveksi tidak mampu menyelesaikan produk yang sedang dikerjakan, maka pengusaha melimpahkan pekerjaan ke sesama pengusaha dengan tujuan agar kebutuhan konsumen bisa terpenuhi. Sistem *pocokan* juga dilakukan pada saat musim sepi. Pengusaha konveksi mencari *pocokan* ke pengusaha lain baik pengusaha kecil maupun besar agar usaha yang dijalankan tetap melakukan kegiatan produksi. Ketika dalam usaha konveksi tetap melakukan proses produksi, dapat meminimalisir tenaga kerja pindah ke pengusaha lain.

2) *Nembak* (meniru) produk yang sedang laku: Menjual produk yang sedang laku di pasaran dapat mendorong peningkatan produktivitas. Untuk mengerjakan produk yang sedang laku di pasaran pengusaha konveksi mengamati situasi pasar terlebih dahulu. Ketika pengusaha tidak mengikuti model yang sedang laku di pasaran, maka akan kesulitan dalam menjual produk karena tidak diminati konsumen, dan 3) Penentuan harga: Di kalangan pengusaha, ada 2 pola yang berbeda dalam menjual produk. Pertama, pada saat musim sepi penentuan harga dilakukan oleh pengusaha untuk produk yang sudah ketinggalan model. Pemilik usaha melakukan banting harga atau jual rugi yang

terpenting kembali modal. Kedua, pada saat musim ramai ketika permintaan pasar banyak harga yang ditawarkan bisa tinggi. Banyaknya permintaan pada musim ramai menjadikan stok barang yang diproduksi terbatas, sehingga harga yang ditawarkan bisa tinggi. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dengan harga yang tinggi pedagang akan tetap mengambil barang tersebut. Ini adalah salah satu bentuk rasionalitas untuk memperoleh keuntungan.

PENUTUP

Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus merupakan desa produktif klaster bordir dan konveksi. Industri konveksi dan bordir yang berkembang di Padurenan terdiri dari berbagai karakteristik yakni industri konveksi dengan pendirian usaha yang sudah lama, industri yang baru didirikan, industri dengan pangsa pasar yang sudah lama, dan industri dengan pangsa pasar yang masih sempit. Bentuk-bentuk persaingan usaha di lingkungan bisnis pengusaha konveksi Desa Padurenan tersebut berupa perbedaan harga dan perluasan pangsa pasar.

Hambatan yang dialami industri kecil meliputi rendahnya modal yang dimiliki, sulitnya mencari sumber daya manusia, terbatasnya sarana dan prasarana yang dimiliki industri kecil dan pemasaran. Siasat industri kecil dalam mempertahankan usaha meliputi mengikuti trend pasar agar produk yang dihasilkan dapat terjual di pasaran, optimalisasi penggunaan bahan baku untuk menekan ongkos produksi dan meminimalisir kerugian, promosi *online* melalui media internet serta promosi *offline* melalui *personal selling* (penjualan perorangan) dan pameran, sikap terbuka terhadap konsumen dan tenaga kerja, serta pemafaatan jaringan sosial.

Saran bagi Pemerintah Desa Padurenan untuk memberikan pelatihan, pemberdayaan, dan pengawasan secara berkala kepada industri kecil untuk meningkatkan keterampilan, kualitas dan kuantitas. Bagi pemilik industri kecil untuk giat mengikuti pelatihan berwirausaha untuk meningkatkan kompetensi dan keterampilan kerja, meningkatkan promosi baik *online* maupun *offline*, serta memperluas jaringan sosial untuk meningkatkan produktivitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahimsa-Putra, Heddy S.dkk. 2003. *Ekonomi Moral, Rasional & Politik dalam Industri Kecil Di Jawa*. Yogyakarta: Kepel Press.
- Andriany, Isnani Dian, S. R. (2008). Kepemimpinan dan Tingkah Laku Kewiraswastaan dalam Industri Skala Kecil dan Menengah. *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi Dan Ekologi Manusia*, 02(02), 235–248
- Buted, D. R., Menez, N.L., dkk. (2014). Embroidery Industry as Tourist Attraction in Taal Batangas, Philippines. *Asia Pacific Journal Of Multidisciplinary*, 2(2).

- Fitriati, Rachma. 2015. *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif*. Jakarta: Pustaka Obor Indonesia.
- Hallberg, K. (2000). A Market-Oriented Strategy For Small and Medium-Scale Enterprises. *International Finance Corporation*, (40).
- Hermanto, Bambang. 2008. Pengaruh Lokasi Usaha, Karakteristik Bisnis, dan Kinerja Usaha Industri Kecil di Sulawesi Utara. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 9 No.3.
- Indriastuti, A. (2016). Perilaku Akses Modal dan Pembayaran UMKM Bordir dan Konveksi Anggota KSU Padurenan Jaya Kudus. *STIE SEMARANG*, 8(2), 79–91
- Irianto, Agus Maladi. (2014). Strategi Adaptasi PKL Kota Semarang: Kajian Tentang Tindakan Sosial. *Jurnal Komunitas*, 6(1).
- Longenecker, Justin G. 2007. *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustofa, M. S., (2018). *Membangun Model Kapabilitas Inovasi Bisnis Unggul Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi terhadap IKM Bordir di Jawa Tengah)*. Disertasi. Program Doktor Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro Semarang.
- Nurhayati, Hartati Sulisty Rini, A. L. (2017). Strategi adaptasi pedagang pasar johan semarang dalam mempertahankan kelangsungan usaha pasca kebakaran tahun 2015. *Jurnal Solidarity*, 6(1).
- Popkin, S.L. 1986. *Petani Rasional*. Jakarta: Yayasan Padamu Negeri
- Purnama, C. (2010). Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 177–184.
- Sairin, Sjafrin. Pujo Semedi. dkk. 2002. *Pengantar Antropologi Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Scott, James C. 1983. *Moral Ekonomi Petani*. Jakarta: LP3ES
- Subagyo, Pangestu. 2013. *Memperluas Usaha*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Sudarmiani. MTh, K. (2016). PERUBAHAN POLA PERILAKU SOSIAL-EKONOMI Tumbuhnya industri kecil pedesaan sudah cermati Sajogyo (1978 : 5) pada dasawarsa pertama program pembangunan lima tahunan semasa pemerintahan Suharto . Revolusi Hijau dengan pemanfaatan hasil- hasil teknologi yang. *Jurnal LPPM*, 4(1), 17–25.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Zinn, J. S., Aaronson, W. E., & Rosko, M. D. (1994). Strategic Groups , Performance , and Strategic Response in the Nursing Home Industry. *Health Service Research*: University Philadelphia.