

**IMPLEMENTASI SISTEM KEMITRAAN USAHA
PENGRAJIN SEPATU DI KABUPATEN MOJOKERTO**

SKRIPSI



Oleh :

**AHMAD ROFI'UL IHSAN
NIM : 12510060**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2017**

**IMPLEMENTASI SISTEM KEMITRAAN USAHA
PENGRAJIN SEPATU DI KABUPATEN MOJOKERTO**

SKRIPSI

Diajukan kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

**AHMAD ROFI'UL IHSAN
NIM : 12510060**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI SISTEM KEMITRAAN USAHA
PENGRAJIN SEPATU DI KABUPATEN MOJOKERTO**

SKRIPSI

Oleh:

AHMAD ROFI'UL IHSAN
NIM: 12510060

Telah Disetujui, 27 April 2017
Dosen Pembimbing,



Dr. Indah Yuliana, SE., MM
NIP. 19740919 200312 2 004

Mengetahui :
Ketua Jurusan,



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 19750707 200501 1 005

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI SISTEM KEMITRAAN USAHA PENGRAJIN SEPATU DI KABUPATEN MOJOKERTO

SKRIPSI

Oleh :

AHMAD ROFI'UL IHSAN
NIM: 12510060

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Tanggal 10 Juli 2017

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua Penguji
Puji Endah Purnamasari, SE., MM :
NIP. 19871002 201503 2 004
2. Sekretaris/Pembimbing
Dr. Indah Yuliana, SE., MM :
NIP. 19740919 200312 2 004
3. Penguji Utama
Drs. Agus Sucipto, MM :
NIP. 19670816 200312 1 001

()
()
()

Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan,



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 19750707 200501 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Rofi'ul Ihsan
NIM : 12510060
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

IMPLEMENTASI SISTEM KEMITRAAN PENGRAJIN SEPATU DI KABUPATEN MOJOKERTO

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 7 Juni 2017

Hormat saya,




Ahmad Rofi'ul Ihsan
NIM : 1250060

HALAMAN PERSEMBAHAN

BISMILLAH

**KARYA ILMIAH INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA
AYAHANDA, IBUNDA DAN ADIK-ADIKKU TERCINTA SERTA
SEGENAP KELUARGA DI RUMAH**



MOTTO

Berdzikir, Berfikir, dan Berkarir



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehingga penelitian dengan judul “IMPLEMENTASI SISTEM KEMITRAAN USAHA PENGRAJIN SEPATU DI KABUPATEN MOJOKERTO” dapat terselesaikan.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah mengajari nilai-nilai Islam yang telah mengantarkan kita kepada kebaikan dunia dan akhirat beserta para keluarganya, para sahabatnya serta para pengikutnya. Amin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan serta sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mudjia Rahardjo, M.Si. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag. selaku dosen wali sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

4. Ibu Dr Indah Yuliana SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
6. Kedua orang tuaku dan semua keluarga besar di rumah yang telah memberikan motivasi dan dukungannya.
7. Para pengrajin sepatu yang menjadi responden dan staf Disperindag dan Dinkop di Kabupaten Mojokerto yang sudah berkenan memberikan banyak bantuan dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
8. Seluruh seluruh teman-teman dan semuanya yang telah melewati perjuangan bersama-sama dan memberikan motivasi serta kritik dan saran yang sangat berarti.
9. Dan seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu proses penyusunan tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tidak ada kesempurnaan kecuali yang Maha Sempurna itu sendiri, begitu pula dengan karya ilmiah skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi perbaikan karya ilmiah skripsi ini. Penulis juga berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin.

Malang, 07 Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab)	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan	10
1.3 Manfaat	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Teori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	23
2.2.1 Kriteria UMKM.	23
2.2.2 Karakteristik UMKM.	25
2.2.3 Permasalahan UMKM.....	26
2.3 Teori Kemitraan Usaha	29
2.3.1 Definisi Kemitraan Usaha.	29
2.3.2 Pola-Pola Kemitraan Usaha.	31
2.3.3 Aspek Kemitraan usaha.	36
2.3.4. Manfaat dan Kendala Kemitraan Usaha.	37
2.4 Teori Kinerja Usaha	40
2.5 Teori Kajian Keislaman	42
2.6 Kerangka Berfikir.....	51
BAB III METODELOGI PENELITIAN	52
3.1 Jenis dan Pendekatan Ilmiah	52
3.2 Lokasi Penelitian	52
3.3 Obyek dan Subyek Penelitian	52
3.4 Data dan Jenis Data.....	54

3.5 Teknik Pengumpulan data.....	55
3.6 Analisis Data	58
BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Paparan Data	60
4.1.1 Gambaran Umum Pengrajin.....	60
4.1.2 Proses Pembuatan sepatu.	62
4.1.3 Upah Tenaga Kerja.	65
4.1.4 Data Responden.	67
4.2 Pembahasan.....	79
4.2.1 Implementasi Pola Kemitraan Pengrajin sepatu	79
4.2.2 Dampak Kemitraan Terhadap Pendapatan Pengrajin.	89
BAB V PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
.....	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Industri Kecil dan Menengah Kab. Mojokerto.....	3
Tabel 1.2 Produk-Produk Unggulan Kab. Mojokerto.....	3
Tabel 1.3 Jumlah Industri Kecil Menengah Sepatu di Tiga Kecamatan Thn 2015 ..	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2.2 Kriteria UMKM Menurut UU RI No. 20 Thn. 2008	24
Tabel 2.3 Kriteria UMKM Menurut BPS	24
Tabel 3.1 Nama Pengrajin Sepatu.....	53
Tabel 3.2 Data Yang Diperlukan	54
Tabel 4.1 Pihak Mitra Pengrajin Sepatu	61
Tabel 4.2 Upah Tenaga Kerja Produksi Sepatu Perkodi.....	66
Tabel 4.3 Aspek dan Pelaksanaan Tekhnis Kemitraan.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	51
Gambar 4.1 Jumlah Pengrajin yang Menjadi Responden	60
Gambar 4.2 Proses Pembentukan Pola dan Pengguntingan Bahan	63
Gambar 4.3 Proses Pembuatan Kap Sepatu	63
Gambar 4.4 Proses pengesolan Sepatu	64
Gambar 4.5 Proses Finishing Pembuatan Sepatu	65
Gambar 4.6 Usia Responden.....	67
Gambar 4.7 Pendidikan Responden	68
Gambar 4.8 Status Usaha Responden	69
Gambar 4.9 Lama Usaha Responden	70
Gambar 4.10 Jenis Produk Responden.....	71
Gambar 4.11 Jumlah Tenaga Kerja Responden	72
Gambar 4.12 Penyediaan Bahan Baku Responden	73
Gambar 4.13 Pihak Mitra Responden	74
Gambar 4.14 Lama Bermitra Responden.....	75
Gambar 4.15 Target Produksi Responden dalam Bulanan	76
Gambar 4.16 Metode Pembayaran	77
Gambar 4.17 Rata-Rata Penjualan Responden	78
Gambar 4.18 Pola Kemitraan yang Terjalin	80

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket Profil Responden
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 Rangkuman Hasil Wawancara
- Lampiran 4 Profil Responden
- Lampiran 5 Profil Usaha Responden
- Lampiran 6 Keadaan Usaha
- Lampiran 7 Surat Penelitian
- Lampiran 8 Bukti Konsultasi
- Lampiran 9 Dokumentasi Foto Penelitian
- Lampiran 10 Profil Peneliti



ABSTRAK

Ahmad Rofi'ul Ihsan. 2017. SKRIPSI. Judul: "Implementasi Sistem Kemitraan Usaha Pengrajin Sepatu di Kabupaten Mojokerto"

Pembimbing : Dr. Indah Yuliana, SE., MM

Kata Kunci : Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pola kemitraan, dan pendapatan.

Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mempunyai peran strategis yang cukup besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini dibuktikan dengan adanya penyerapan tenaga kerja dan kontribusi PDB yang tinggi dari sektor UMKM. Kabupaten Mojokerto adalah salah satu daerah yang memiliki potensi di sektor UMKM, dan yang menjadi icon UMKM adalah usaha sepatu. Dalam perjalanan usahanya pengrajin sepatu mengalami beberapa kendala yang mengerucut pada permasalahan permodalan dan pemasaran. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, beberapa pengrajin memilih menjalin kemitraan sebagai solusi. Kemitraan yang terjalin di antara pengrajin dan pihak mitra berjalan secara mandiri, sehingga di antara pengrajin satu dengan yang lainnya memiliki pihak mitra yang berbeda-beda. Ada pengrajin yang menjalin kemitraan dengan pabrik, grosir, juragan, maupun pengepul kap sepatu.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang mencoba untuk memaparkan hasil penelitian mengenai bagaimana implementasi kemitraan system kemitraan yang dilakukan pengrajin dengan pihak mitra serta dampak dari kemitraan terhadap pendapatan pengrajin. Subjek dalam penelitian ini adalah pengrajin sepatu yang menjalin kemitraan dan objeknya adalah pola kemitraan yang terjalin. Dalam penelitian ini terdapat 18 pengrajin yang menjadi responden. Teknik pengambilan data dilakukan dengan menggunakan tiga metode yakni, wawancara, pengamatan dan dokumen yang kemudian keabsahan data diuji dengan metode triangulasi. Adapun analisis data dilakukan dengan menggunakan tiga metode, yakni :

Hasil penelitian ini yang menjelaskan bahwa dari keempat aspek atau unsur kemitraan (kemudahan aspek permodalan, pemasaran, pelatihan, dan pengelolaan usaha) hanya ada dua aspek kemitraan yang terlaksana yakni kemudahan aspek pemasaran dan permodalan. Dampak dari kemitraan ini membuat pendapatan pengrajin menjadi lebih jelas dan stabil. Namun kemitraan yang berlangsung belum bisa berjalan maksimal, karena di sini pihak pengrajin sangat menggantungkan usahanya terhadap pihak mitra, sehingga perlu adanya peran dan perhatian dari pemerintah untuk menjadi penengah agar kemitraan yang terjalin di antara pihak mitra maupun pengrajin benar-benar bisa maksimal dan menguntungkan kedua belah pihak, khususnya bagi pengrajin.

ABSTRAK

Ahmad Rofi'ul Ihsan. 2017. THESIS. Title: **“Implementation of Partnership System of Shoes Craftsmen in Mojokerto Regency ”**

Advisor : Dr. Indah Yuliana SE., MM

Keywords : Micro, small and medium enterprises (MSMEs), Partnership pattern, and income

In Indonesia, micro, small and medium enterprises (MSMEs) have a significant strategic role in national economic development. This is depicted by the absorption of work force and high contribution of GDP from the MSME sector. District of Mojokerto is one of the areas that have high potential in the MSME's sector, and the icon of MSMEs in the District is shoe production. In the course of production, the shoemaker experienced some constricting constraints on the problem of capital and marketing. To overcome these problems, some craftsmen choose to establish partnerships as a solution. The partnerships that exist between the craftsmen and the partners run independently, so that among the artisans one with the other has different partner parties. There are craftsmen who make partnerships with factories, wholesalers, skipper, as well as shoe collectors.

This research is a type of qualitative research that tries to explain the results of research on how the partnership system implemented by craftsmen with partners and the impact of partnership on the income of craftsmen. Subjects in this research is a shoe craftsman who establish partnerships and the object is the pattern of partnership that is interwoven. In this study there are 18 craftsmen who became respondents. Technique of data retrieval is done by using three method that is, interview, observation and document which then the validity of data is tested by triangulation method. The data analysis is done by using three methods, namely: data reduction, data display, and verification.

The results of this study explains that from the four aspects or elements of partnership (ease of capital aspect, marketing, training, and business management) there are only two aspects of partnership that accomplished the ease of marketing and capital aspects. The impact of this partnership makes the craftsmen income more clear and stable. However, the partnership has not been able to run maximally, because here the craftsmen are very dependent on their business partners. Therefore, the role and attention of the government to mediate is needed, so that the partnerships established between the partners and craftsmen really can be maximized and benefit both sides, especially for craftsmen.

الملخص

أحمد رفيع الإحسان. 2017. "بحث علمي". تطبيق عملية شراكة تكوين الأحذية بمجوكرتو

"Mojokerto"

المشرف : الدكتور إنداه يوليانا الماجستير

الكلمات الرئيسية : الاقتصاد الجزعي الصغير والمتوسط ونمط الشركة والدخل

للاقتصاد الجزعي الصغير والمتوسط في إندونيسيا دور استراتيجي كبير في تنمية الاقتصادية الوطنية لأنه يحتاج إلى العمال ومساهمة الناتج المحلي الإجمالي العظيم منه. والمحافظة هي إحدى المناطق التي لديها القدرة في للاقتصاد الجزعي الصغير على سبيل المثال عمل الأحذية. ومن المشكلات الموجودة في أثناء تكوين الأحذية مشكلة رأس المال والتسويق. ولذا يختار بعض الحرفيين أن يتصل بالشركات مستقلا حتى يختلف كل الحرفيين بحرفيين آخرين. وإضافة إلى ذلك هناك الحرفيين الذين يتعاونوا مع المصنع والتجارة الجملة والرؤساء وكذلك جامعي غطاء الأحذية.

وهذا البحث بحث نوعي يحاول وصف نتائج البحث على كيفية تنفيذ الشركات مع الحرفيين وتأثيره عليهم. وكانت عينة البحث هنا شراكة الأحذية وموضوعه نمط الشركة الموجود. وكانت طريقة جمع من خلال المقابلة والملاحظة والثيقة عن طريقة التثليث وهي تخفيض البيانات وعرضها والخلاصة .

وتدل نتائج البحث على أن العصر المستخدم في الشركة عصران وهما رأس المال والتسويق من أربعة عناصر الموجودة وهي رأس المال والتسويق والتدريب وإدارة الأعمال. وهما يؤثران في وضوح دخل الحرفيين واستقراره. رغم أن الشراكة التي استمرت لم تكن قادرة كما يرام لأن الحرفيين متعلقون بشركات ولذا ينبغي هناك اهتمام الحكومة للتوسط بين الشركاء والحرفيين ويمكن الاستفادة فعليا على كل الجانبين خاصة للحرفيين.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mempunyai peran strategis yang cukup besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini bisa dibuktikan dari data kemenkop yang mencatat bahwa hampir seluruh unit pangsa usaha di Indonesia didominasi oleh UMKM. Dari kurun waktu 2010-2013 sekitar 99% unit usaha berasal dari UMKM dan sisanya 1% dari Usaha Besar. Hal yang menarik adalah perkembangan unit usaha yang paling besar adalah sektor usaha mikro yakni mencapai 97% dari unit usaha UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan dunia usaha dan memiliki potensi besar terhadap pengembangan yang lebih prospektif. (Kemenkop, 2016)

Menurut Simatupang (1996:381) pertumbuhan industri kecil akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja, pengurangan jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan dan pembangunan ekonomi pedesaan. Hal yang sama juga dijelaskan oleh Tambunan (2012:1) bahwa di negara-negara sedang berkembang (NSB) khususnya di Asia, Afrika dan Amerika Latin, UMKM juga berperan sangat penting khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan serta pembangunan ekonomi pedesaan.

Kemenkop mencatat bahwa pada kurun waktu 2010-2013, UMKM berhasil menyerap sekitar 97% dari keseluruhan tenaga kerja, dan sisanya 3% diserap oleh usaha besar. Adapun penyerapan tenaga kerja terbesar masih dilakukan oleh sektor usaha mikro sebesar 90%. (Kemenkop, 2016) Dari sini jelas, bahwa UMKM adalah sektor usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja dan hamper seluruhnya diserap oleh sektor usaha mikro. Dengan demikian, UMKM berperan penting dalam mengurangi jumlah pengangguran sehingga memungkinkan adanya pemerataan distribusi pendapatan terutama pada masyarakat dengan kemampuan ekonomi rendah. Melihat banyaknya unit UMKM serta tenaga kerja yang diserap olehnya, menjadikan UMKM sebagai pionir dalam memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) secara nasional. Kemenkop mencatat bahwa dalam kurun waktu 2010-2013, UMKM memberikan kontribusi 58% dalam PDB nasional dan sisanya 42% dilakukan oleh usaha besar. (Kemenkop, 2016)

Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi cukup besar dari sektor industri kecil menengah. Dalam kurun waktu 2011-2015, jumlah industri kecil menengah di Kab. Mojokerto terus mengalami peningkatan, tabel 1.1 di bawah menjelaskan bahwa pada tahun 2011 terdapat 2.310 unit, tahun 2012 naik 10% menjadi 2541 unit, akan tetapi tahun 2013 hanya naik 3% menjadi 2.617 unit, serta tahun 2014 naik 1% menjadi 2644 unit, dan tahun 2015 naik 4% menjadi 2.766 unit. (Disperindag Kab. Mojokerto, 2016)

Tabel 1.1
Perkembangan Industri Kecil dan Menengah Kab. Mojokerto

NO	Tahun	2011	2012	2013	2014	2015
1.	Jumlah	2.310	2.541	2.617	2.644	2.766

Sumber: Disperindag Kab. Mojokerto 2016

Produk-produk industri kecil menengah yang menjadi unggulan daerah di Kabupaten Mojokerto yakni ; sepatu, patung batu, cor kuningan, gerabah, keripik (kedelai, ubi kayu, ubi jalar), kerajinan perak dan krupuk rambak. (Disperindag Kab. Mojokerto, 2016)

Tabel 1.2
Produk-Produk Unggulan Kab. Mojokerto

NO	Produk Unggulan	Jumlah Pengrajin	Lokasi
1.	Sepatu	420	- Kec. Sooko - Kec. Puri - Kec. Trowulan
2.	Patung batu	95	- Kec. Trowulan
3.	Cor Kuningan	156	- Kec. Trowulan
4.	Gerabah	125	- Kec. Puri
5.	Keripik (kedelai, ubi kayu, dan ubi jalar)	298	- Kec. Gondang - Pacet
6.	Kerajinan perak	75	- Kec. Kemlagi - Kec. Gedeg
7.	Krupuk Rambak	87	- Kec. Bangsal - Kec. Trowulan

Sumber: Disperindag Kab. Mojokerto 2016

Industri sepatu dengan jumlah pengrajin di atas sektor yang lain telah menjadi ikon produk UMKM Kab. Mojokerto. Pada tahun 2015, di tiga kecamatan yang menjadi sentra industri alas kaki (sepatu) terdapat 420 unit pengrajin alas kaki sepatu. Dengan rincian, di Kec. Sooko terdapat 260 unit, di Kec. Puri 125

unit dan di Kec. Trowulan 35 unit. Seperti keterangan yang tertera dalam tabel

1.4. berikut :

Tabel 1.3
Jumlah Industri Kecil Menengah Sepatu di Tiga Kecamatan Tahun 2015

NO	Kecamatan	Kec. Sooko	Kec. Puri	Kec. Trowulan
1.	Jumlah	260	125	35

Sumber: Disperindag Kab. Mojokerto 2016

Di setiap kecamatan, umumnya para pengrajin memproduksi berbagai macam jenis produk sepatu seperti sepatu pantofel, sepatu olahraga, dan sepatu safety. Dalam proses produksinya, bahan baku utama yang digunakan oleh para pengrajin adalah bahan kulit dan ada juga yang menggunakan bahan imitasi yang lebih lunak. Saat ini, para pengrajin lebih memilih memakai bahan baku imitasi karena harganya lebih terjangkau, permintaan pasar dan sulitnya memperoleh bahan baku kulit. hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ikhwan salah seorang pengrajin sepatu kulit (15/07/2016) yang menjelaskan bahwa

“sekarang rata-rata pengrajin lebih memilih menggunakan bahan baku imitasi, hal ini dikarenakan harganya lebih terjangkau, sulitnya mencari bahan baku kulit dan juga karena memang permintaan dari pasar. Untuk mendapatkan bahan baku, para pengrajin mengambil dari daerah Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo dan Magetan. Umumnya, pengrajin melakukan pembelian bahan baku tidak dengan pembayaran tunai, melainkan dengan sistem bon ataupun giro”.

Dalam perjalanannya, tidak semua pengrajin sepatu mampu bertahan dalam menghadapi pasang surut usaha yang mereka jalani, dalam wawancara dengan Mas’ad (16/07/2016) ia mengungkapkan bahwa

“usaha sepatu ini merupakan bisnis musiman, saat musim permintaan sedang ramai (seperti pada waktu menjelang hari raya dan pergantian tahun ajaran pendidikan) pengrajina bisa mendapat keuntungan yang sangat besar. Namun pada saat musim permintaan sedang sepi, ada beberapa pengrajin yang

sampai gulung tikar untuk sementara waktu, bagi pengrajin yang memiliki cukup modal dan sudah memiliki wilayah pemasaran produknya, ia akan terus melakukan produksi sepatu meskipun dengan jumlah yang lebih sedikit sebagai stok barang. Para pengrajin umumnya memasarkan produk sepatunya di daerah Sidoarjo, Surabaya, Malang, Semarang, Jogjakarta, Pati, dll. Ada juga sebagian kecil pengrajin sepatu yang produknya berhasil menembus pasar ekspor”.

Primiana berpendapat (2009:50) bahwa yang menjadi pokok permasalahan bagi UMKM adalah permodalan dan pemasaran. Hartati selaku kasie UMKM Dinkop dan UMKM (27/07/2016) juga mengungkapkan bahwa

“permasalahan utama pengrajin sepatu di Kab. Mojokerto adalah permodalan dan pemasaran”.

Lebih lanjut Sylvia selaku kasie aneka dan tekstil IKM Disperindag (28/07/2016) dalam pernyataannya juga menambahkan bahwa

“permasalahan yang juga dihadapi oleh pengrajin sepatu di Kab. Mojokerto adalah penjaminan mutu atau kualitas untuk meningkatkan daya saing”.

Menurut Wijono (2005:87) permasalahan yang dirasakan oleh UMMK dapat digolongkan menjadi tiga bagian, yaitu pasar, bantuan penyuluhan, dan akses terhadap sumber pembiayaan. Hal ini diperkuat oleh Hafisah (2004:41) yang menyatakan bahwa berbagai permasalahan krusial yang dihadapi UMKM terangkum menjadi dua faktor, yakni (1) faktor internal ; kurangnya permodalan, sumber daya manusia (SDM) yang terbatas, serta lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar. Dan (2) faktor eksternal ; iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, sifat produk dengan lifetime pendek dan terbatasnya akses pasar. Lebih lanjut Tambunan (2012:73) menyatakan bahwa permasalahan umum dalam umkm yaitu keterbatasan modal kerja maupun

investasi; kesulitan-kesulitan dalam pemasaran, distribusi dan pengadaan bahan baku serta input lainnya; keterbatasan akses ke informasi mengenai peluang pasar, dan lainnya; keterbatasan pekerja dengan keahlian tinggi (kualitas SDM rendah) dan kemampuan teknologi; biaya transportasi dan energy yang tinggi; keterbatasan komunikasi; biaya tinggi akibat prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks; dan ketidakpastian akibat peraturan-peraturan dan kebijaksanaan-kebijaksanaan ekonomi yang tidak jelas atau tak menentu arahnya.

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, baik Disperindag maupun Dinkop dan UMKM telah menjalankan beberapa program yang dapat membantu meringankan permasalahan pengrajin sepatu di Kab. Mojokerto seperti memberikan bantuan pinjaman modal yang bersifat pinjaman lunak dengan bunga 0%, penyuluhan akses pemasaran berbasis IT, mengadakan pameran produk unggulan UMKM, melakukan penyuluhan keterampilan dan penjaminan mutu serta bantuan alat-alat produksi.

Namun berbagai bentuk bantuan dari dinas terkait kepada pengrajin tidak diberikan rutin disetiap tahunnya. Sehingga pengrajin tidak bisa hanya bergantung pada bantuan dari dinas. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Mahsun salah seorang pengrajin sepatu (15/07/2016) yang mengungkapkan bahwa

“bantuan dari dinas melalui berbagai program yang telah dilaksanakan memang membantu para pengrajin dan memberikan dampak positif, tapi hal tersebut tidak bersifat terus menerus, sehingga jika hanya mengandalkan bantuan dari dinas ya tidak bisa”.

Mas’ad (16/07/2016) juga menuturkan bahwa

“untuk mengatasi permasalahan yang ada, beberapa pengrajin sekarang lebih suka menjalin kerjasama karena permintaan pesanan sepatu lebih stabil sehingga pendapatan menjadi lebih jelas”.

Hafsah (2000:4) menjelaskan bahwa salah satu upaya solusi yang dianggap tepat dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi UMKM adalah melalui kemitraan usaha yang besar dan yang kecil, antara yang kuat dan yang lemah. Pratomo dan Soedjono (2002:30) juga menjelaskan bahwa kemitraan usaha adalah hubungan kerjasama usaha di antara berbagai pihak yang strategis, bersifat sukarela dan berdasarkan prinsip saling membutuhkan, saling mendukung, dan saling menguntungkan dengan disertai pembinaan dan pengembangan UMKM oleh usaha besar. Sudibyso dalam Saparuddin dan Basri (2011:166) menerangkan bahwa untuk meningkatkan kemajuan usaha kecil, terutama mengecilkan kesenjangan antara usaha kecil menengah dengan usaha besar, semua pihak harus berpartisipasi, harus ada partisipasi pengusaha besar, juga pengusaha kecil.

Kerjasama yang dikembangkan melalui kemitraan akan memberikan manfaat baik bagi usaha kecil menengah maupun bagi usaha besar dalam membentuk jaringan usaha dan jaringan distribusi pemasaran produk. Seperti yang dikemukakan oleh Gie (1996 : 236) mengatakan bahwa kemitraan dapat diartikan sebagai hubungan dagang, maka kalau dikatakan kemitraan antara usaha besar dan usaha kecil, bentuk konkretnya adalah usaha kecil yang memasok barang kepada usaha besar sebagai masukan untuk produksi selanjutnya.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomer 44 Tahun 1997 tentang kemitraan dijelaskan bahwa kemitraan pada dasarnya dilakukan dalam rangka mempercepat

perwujudan perekonomian nasional yang mandiri dan andal sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan, sehingga diperlukan upaya-upaya yang lebih nyata dalam menciptakan iklim yang mampu merangsang terselenggaranya kemitraan usaha yang kokoh di antara semua pelaku kehidupan ekonomi berdasarkan prinsip yang saling menguntungkan. Terwujudnya kemitraan usaha yang kokoh, terutama antara usaha besar, menengah, dan kecil yang nantinya diharapkan akan lebih memberdayakan usaha kecil agar tumbuh dan berkembang semakin kuat dan memantapkan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang.

Beberapa penelitian terdahulu dapat memberikan gambaran bahwa kemitraan memberikan dampak positif bagi pihak UMKM dalam beberapa hal seperti kemudahan dalam akses pendanaan, pemasaran, maupun pengembangan SDM, dll. Hasil penelitian dari Saparuddin dan Basri (2011) menyatakan bahwa baik secara simultan maupun parsial aspek-aspek kemitraan dalam hal ini adalah akses permodalan, akses pemasaran, pembinaan dan pelatihan sumber daya manusia (SDM), dan keterkaitan manajemen pengelolaan usaha dan organisasi memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kinerja ukm dan koperasi dengan terlaksananya beberapa program kemitraan seperti pameran produk, bantuan dana, pendidikan dan pelatihan sdm. Meskipun demikian, kemitraan usaha yang terjalin belum berjalan secara maksimal karena tanggapan para responden dari keseluruhan indikator kemitraan usaha yang hanya mencapai tingkat kategori sedang.

Dalam penelitiannya, Purnaningsih (2008) menjelaskan bahwa kemitraan yang dijalin oleh petani temulawak, pedagang pengumpul (tengkulak), dan perusahaan CV. Vitaher memberikan dampak positif khususnya terhadap petani baik dari aspek ekonomi, teknis, maupun sosial. Namun manajemen proses kemitraannya masih perlu perbaikan, karena dalam realita yang terjadi koordinasi antar pihak yang terkait belum terorganisir dengan baik. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andjioe dan Alkadrie (2012) menyatakan bahwa program kemitraan PT. Layanan Raharja (Persero) berdampak pada peningkatan jaringan pemasaran produk UMKM sehingga meningkatkan pendapatan yang diperoleh para pelaku usaha.

Beberapa pengrajin sepatu di Kab. Mojokerto juga memilih untuk melakukan hubungan kerjasama usaha sebagai solusi permasalahan yang mereka hadapi, karena dengan begitu mereka memiliki pendapatan yang lebih jelas dan stabil, meskipun sebenarnya mereka harus menjual dengan harga yang lebih murah dari pada harga jual untuk toko-toko yang dulu mereka pasok. Kemitraan yang dijalin para pengrajin sepatu umumnya bersifat mandiri, sehingga antara pengrajin satu dengan lainnya memungkinkan memiliki pola kemitraan yang berbeda, namun kebanyakan menggunakan pola kemitraan dagang. Dan pihak yang menjadi mitra dalam penelitian ini juga bervariasi, ada pengrajin yang menjalin kemitraan dengan juragan, ada yang dengan grosir, dan ada yang dengan pabrik. Oleh karena itu, kami tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Sistem Kemitraan Usaha Pengrajin Sepatu di Kabupaten Mojokerto”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi pola kemitraan yang dijalin oleh para pengrajin sepatu di Kabupaten Mojokerto?
2. Bagaimana dampak pola kemitraan terhadap pendapatan para pengrajin sepatu di Kabupaten Mojokerto?

1.3 Tujuan

1. Untuk memahami implementasi pola kemitraan yang dijalin oleh para pengrajin sepatu di Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk memahami dampak terjadinya pola kemitraan terhadap pendapatan para pengrajin sepatu di Kabupaten Mojokerto.

1.4 Manfaat

Manfaat penelitian ini secara khusus bagi pihak terkait, seperti penulis, pengrajin, pihak mitra, dan pemerintah daerah, yakni bisa memberikan informasi sejauh mana implementasi dan dampak kemitraan usaha yang dilakukan oleh pengrajin dengan pihak mitra. Sehingga bisa dijadikan bahan evaluasi untuk hal lebih baik kedepannya. Secara umum, penelitian ini akan memberikan manfaat bagi seluruh pembaca sebagai sarana penambahan wawasan terkait implementasi dan dampak kemitraan usaha yang dilakukan oleh pengrajin dengan pihak mitra.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai pembahasan kemitraan usaha yang dilakukan oleh UMKM.

Saparuddin dan Basri (2011) melakukan penelitian tentang pengaruh kemitraan usaha terhadap kinerja usaha kecil menengah (UKM) dan koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui efek kemitraan usaha antara Usaha Kecil dan Usaha Menengah, pemerintah, perbankan dan institusi lainnya dilihat dari aspek pemasaran, pengembangan SDM, akses permodalan terhadap kinerja UKM dilihat dari segi finansial dan non-finansial di Jeneponto, Sulawesi Selatan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan kualitatif deskriptif menggunakan metode pengumpulan data survey dengan teknik random sampling dengan 21 unit usaha sebagai sampel. Data primer dan data sekunder dikumpulkan dengan cara studi kepustakaan, observasi dan angket kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode Path Analysis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan pada program kemitraan usaha terhadap kinerja finansial dan kinerja non-finansial UKM. Kinerja Finansial UKM lebih banyak dipengaruhi oleh aspek akses pengembangan SDM dan kinerja non-finansial UKM paling banyak dipengaruhi oleh aspek organisasi manajemen.

Susanti, Kusnadi, dan Rachmina (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh kemitraan terhadap produksi dan pendapatan usahatani sayuran di Kabupaten Bogor. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kemitraan terhadap hasil produksi dan pendapatan usahatani sayuran antara Gapoktan Rukun Tani dengan petani sayuran di Kabupaten Bogor selama tahun 2012. Pengaruh kemitraan diketahui dengan membandingkan hasil produksi dan pendapatan usahatani petani mitra dengan petani non mitra di lokasi penelitian. Jumlah responden dalam penelitian ini mencapai 34 responden, terdiri dari 20 responden petani mitra dan 14 responden petani non mitra yang dipilih secara acak melalui teknik simple random sampling. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif. Adapun data primer dan data sekunder dikumpulkan dengan cara studi kepustakaan, observasi dan angket kuesioner. Kegiatan usahatani sayuran di Desa Citapen Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor baik oleh petani mitra maupun petani non mitra sudah menguntungkan. Namun, kemitraan yang dijalankan petani sayuran dengan Gapoktan belum mampu meningkatkan hasil produksi dan pendapatan usahatani yang lebih baik dibandingkan petani non mitra. Peningkatan pendapatan yang dicapai oleh petani mitra masih lebih rendah dibandingkan pendapatan rata-rata petani non mitra. Hal ini ditunjukkan oleh total hasil produksi rata-rata, pendapatan usahatani, serta nilai R/C rasio petani mitra yang lebih kecil dibandingkan petani non mitra.

Wirawan dan Arka (2015) melakukan penelitian di PT Pengembangan Pariwisata Bali (Persero) yang melaksanakan program kemitraan dengan memberikan bantuan kredit kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

di Kabupaten Badung dalam rangka untuk meningkatkan kegiatan perekonomian, perluasan lapangan kerja serta meningkatkan taraf hidup masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas Program Kemitraan PT Pengembangan Pariwisata Bali (Persero) di Kabupaten Badung, dan untuk mengetahui dampaknya terhadap pendapatan dan penyerapan tenaga kerja UMKM di Kabupaten Badung. Penelitian kuantitatif ini menggunakan alat analisis data berupa analisis efektivitas, normalitas data dan uji beda yaitu uji Wilcoxon. Hasil pembahasan menunjukkan pelaksanaan program kemitraan adalah cukup efektif, program kemitraan dapat meningkatkan pendapatan UMKM dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja UMKM di Kabupaten Badung.

Sementara Andjioe & Alkadrie (2012) melakukan penelitian tentang analisis dampak program kemitraan terhadap pemasaran produk usaha kecil dan menengah (UKM) pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Kalimantan Barat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak implementasi program kemitraan terhadap pemasaran produk UKM di PT Jasa Raharja (Persero) cabang Kalimantan Barat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Objek penelitian adalah semua pemilik UKM sebagai mitra yang dibina pada program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) PT. Jasa Raharja Cabang Kalimantan Barat. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat 56,67% Pemilik UKM yang memiliki omzet sebesar Rp. 1.000.001 - Rp. 5.000.000,-. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan jumlah UKM dengan omzet yang sama dari sebelumnya program kemitraan yang hanya 46,67% sehingga Kemitraan usaha PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Kalimantan Barat memiliki dampak pada

jaringan pemasaran produk-produk UKM. Sebanyak 64,70% dari pemilik UKM yang telah mengikuti Program Kemitraan mengatakan produk jaringan pemasaran mereka sudah cukup baik sehingga bisa dikatakan bahwa program kemitraan PT. Layanan Raharja (Persero) berdampak pada peningkatan jaringan pemasaran produk UKM.

Sulistyo & Adyatma (2011) melakukan penelitian tentang model optimalisasi kemitraan usaha kecil menengah (UKM) dan badan usaha milik pemerintah (BUMN) melalui program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) untuk meningkatkan kinerja UKM. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengidentifikasi peran BUMN melalui program PKBL dalam hal akses dan penambahan modal, manajemen usaha, penggunaan teknologi, hak paten serta hambatan-hambatan yang dihadapi kedua belah pihak dalam melakukan kemitraan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menggunakan 100 responden UKM berdasarkan purposive sampling dengan kriteria UKM yang merupakan usaha mikro dan usaha kecil yang telah bermitra dengan BUMN minimal satu tahun. Data primer dan data sekunder dikumpulkan dengan cara studi kepustakaan, observasi dan angket kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode *balance scorecard*. Hasil penelitian ini adalah Kemitraan yang terjalin antara BUMN dengan UKM dalam hal akses dan penambahan modal, manajemen usaha, penggunaan teknologi, hak paten serta hambatan-hambatan yang dihadapi kedua belah pihak dalam melakukan kemitraan berkorelasi positif terhadap peningkatan kapabilitas inovasi serta kinerja (kecuali manajemen usaha yakni

pengetahuan memahami konsumen dan ketrampilan administrasi keuangan dan akutansi).



Dari penelitian terdahulu di atas maka dapat dibuat tabel 2.1 yang dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 2.1
Peneletian Terdahulu

NO	Judul / Nama peneliti	Tujuan	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Kemitraan Usaha terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan	Untuk mengetahui efek kemitraan usaha antara usaha kecil dan usaha menengah, pemerintah, perbankan dan institusi lainnya dilihat dari aspek pemasaran, pengembangan SDM, akses permodalan	Variabel Independen (Y): Kinerja finansial dan kinerja non finansial Variabel Dependen (X): akses pemasaran, pembinaan dan	penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode jalur (<i>analysis path</i>)	Secara simultan dan secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan pada program kemitraan usaha terhadap kinerja finansial dan kinerja non-finansial UKM. Kinerja Finansial UKM lebih banyak dipengaruhi oleh aspek

	Saparudin M & Basri Bado (2011)	terhadap kinerja UKM dilihat dari segi finansial dan non-finansial di Jeneponto, Sulawesi Selatan.	pengembangan sumber daya manusia, akses permodalan serta keterkaitan manajemen pengelolaan usaha dan organisasi.		akses pengembangan SDM dan kinerja non-finansial UKM paling banyak dipengaruhi oleh aspek organisasi manajemen.
2.	Pengaruh Kemitraan terhadap Produksi dan Pendapatan Usaha tani Sayuran Susanti, Nunung Kusnadi, & Dwi	Untuk mengetahui pengaruh kemitraan terhadap hasil produksi dan pendapatan usahatani sayuran antara Gapoktan Rukun Tani dengan petani sayuran di Kabupaten Bogor	Variabel Independen (Y): Hasil produksi dan pendapatan usahatani. Variabel Dependen (X): Kemitraan Usaha	penelitian kuantitatif	Kemitraan yang dijalankan petani sayuran dengan Gapoktan belum mampu meningkatkan hasil produksi dan pendapatan usahatani menjadi lebih baik dibandingkan petani non mitra.

	Rachmina (2012)	selama tahun 2012.			
3.	Analisis Dampak Program Kemitraan terhadap Pemasaran Produk Usaha Kecil dan Menengah pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Kalimantan Barat Oscar Rynandi Andjioe & Syarif	Untuk mengetahui dampak implementasi program kemitraan terhadap pemasaran produk usaha kecil dan menengah (UKM) di PT Jasa Raharja (Persero) cabang Kalimantan Barat.	Variabel Independen (Y): program kemitraan PT. Layanan Raharja (Persero) Variabel Dependen (X): pemasaran produk UMKM	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Program kemitraan PT. Layanan Raharja (Persero) berdampak pada peningkatan jaringan pemasaran produk UMKM.

	Agussaid Alkadrie (2012)				
4.	Model Optimalisasi Kemitraan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Badan Usaha Milik Pemerintah (BUMN) Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) untuk Meningkatkan Kinerja UKM.	Untuk mengidentifikasi peran BUMN melalui program PKBL dalam hal akses dan penambahan modal, manajemen usaha, penggunaan teknologi, hak paten serta hambatan-hambatan yang dihadapi kedua belah pihak dalam melakukan kemitraan.	Variabel Independen (Y): Kapabilitas Inovasi dan Kinerja UKM. Variabel Dependen: Kemitraan Usaha	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis <i>balance scorecard</i>	Kemitraan yang terjalin antara BUMN dengan UKM dalam hal faktor internal dan eksternal berjalan cukup baik semuanya berkorelasi positif terhadap peningkatan kapabilitas inovasi serta kinerja (kecuali pengetahuan memahami konsumen dan ketrampilan administrasi keuangan dan akuntansi)

	Heru Sulistyو & Ardian Adiatma (2011)				
5.	Efektivitas Program Kemitraan PT Pengembangan Pariwisata Bali (Persero) dan Dampaknya Terhadap Pendapatan dan Penyerapan Tenaga Kerja UMKM di Kabupaten Bandung	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas Program Kemitraan PT Pengembangan Pariwisata Bali (Persero) di Kabupaten Badung, dan untuk mengetahui dampaknya terhadap pendapatan dan	Variabel Independen (Y): Pendapatan dan penyerapan tenaga kerja UMKM Variabel Dependen (X): Program kemitraan berupa bantuan kredit	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis efektivitas, normalitas data dan uji beda yaitu uji Wilcoxon.	1) Pelaksanaan Program Kemitraan PT Pengembangan Pariwisata Bali (Persero) di Kabupaten Badung adalah cukup efektif. 2) Program Kemitraan PT Pengembangan Pariwisata Bali (Persero) dapat meningkatkan pendapatan

	<p>Made Yudha Wirawan & Sudarsana Arka (2015)</p>	<p>penyerapan tenaga kerja UMKM di Kabupaten Badung.</p>	<p>usaha</p>	<p>Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Badung. 3) Program Kemitraan PT Pengembangan Pariwisata Bali (Persero) dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Badung.</p>
--	---	--	--------------	--

Sumber: Dari berbagai jurnal yang diolah

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dengan melakukan pembaharuan dalam subjek dan objek yang diteliti, yakni subjeknya adalah para pengrajin sepatu di Kab. Mojokerto dan objeknya adalah bentuk pola-pola kemitraan yang mereka jalin. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis kualitatif untuk memotret lebih dalam hubungan kemitraan usaha yang dijalin oleh para pengrajin sepatu di Kabupaten Mojokerto.

Para pengrajin sepatu di Kabupaten Mojokerto melakukan kemitraan sebagai solusi atas permasalahan yang mereka hadapi. Kemitraan yang mereka jalin bersifat mandiri tanpa bantuan dari pihak pemerintah, sehingga di antara satu pengrajin dengan pengrajin lain memiliki pihak mitra yang berbeda. Dalam penelitian ini ada pengrajin yang menjalin kemitraan dengan pengepul kap, juragan, grosir, maupun pabrik. Hal ini berbeda dengan beberapa penelitian yang sudah ada, mengenai pihak mitra dari usaha kecil menengah yang hanya terfokus pada satu instansi/organisasi.

Sedangkan pola kemitraan yang terjalin dalam penelitian ini, tidak hanya terfokus pada satu pola. Di sini ada dua pola yang terjalin yakni pola kemitraan dagang dan pola kemitraan subkontrak, namun umumnya pengrajin menjalin hubungan kemitraan dagang. Karena pihak mitra yang berbeda-beda, meskipun dalam satu pola (yakni pola kemitraan dagang), namun dalam implementasinya terdapat beberapa perbedaan dalam pelaksanaan teknisnya yang mencakup beberapa hal, yakni mengenai suplai bahan baku, tempo pelunasan pembayaran, target produksi, dan model sepatu yang diproduksi.

2.2 Teori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.2.1 Kriteria UMKM

Di Indonesia, istilah UKM telah berkembang menjadi UMKM semenjak pemerintah membuat produk hukum UMKM dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, berisi definisi UMKM beserta penjelasan kriteria-kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM:

1. Usaha Mikro adalah Usaha Produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. 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.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan 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 atas hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Selanjutnya dalam pasal 6 Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM disebutkan bahwa usaha yang digolongkan sebagai UMKM memiliki kriteria sebagaimana disajikan dalam tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 2.2
Kriteria UMKM Menurut UU RI No. 20 Thn. 2008

NO	URAIAN	KRITERIA	
		Kekayaan Bersih Hasil	Penuaian Tahunan (HPT)
1.	Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 Juta. Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.	Maksimal Rp 300 Juta.
2.	Usaha Kecil	Minimal Rp 50 Juta, maksimal Rp 500 Juta. Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.	Lebih dari Rp 300 Juta, Maksimal Rp 2,5 Miliar.
3.	Usaha Menengah	Minimal Rp 50 Juta, maksimal Rp 10 Miliar. Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.	Lebih dari 2,5 Miliar, Maksimal Rp 50 Miliar.

Sumber: Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 Tahun 2008

Adapun selama ini, Badan Pusat Statistik (BPS) menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara UMKM dan Usaha Besar, sebagaimana disajikan berdasarkan dalam tabel 2.3 berikut:

Tabel 2.3
Kriteria UMKM Menurut BPS

NO	Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja Tetap
1.	Usaha Mikro	1 sampai 4 orang
2.	Usaha kecil	5 sampai 19 orang
3.	Usaha Menengah	20 sampai 99 orang
4.	Usaha Besar	Lebih dari 99 orang

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

2.2.2 Karakteristik UMKM

Menurut Pratomo dan Soedjono (2002:15) besaran aset dan pekerja tetap yang dimiliki oleh skala UMKM dapat menunjukkan kemampuan UMKM dalam menghasilkan barang dan jasa, namun kemampuan suatu UMKM tidak dapat disamakan dengan UMKM lainnya atau bahkan Usaha Besar. Hal ini karena terdapat karakteristik-karakteristik tersendiri bagi UMKM. Pada dasarnya, karakteristik UMKM secara umum dianggap sama dilihat dari ciri-cirinya yaitu sebagai berikut:

1. Struktur organisasi yang sangat sederhana
2. Tanpa staf yang berlebihan
3. Pembagian kerja yang kendur
4. Memiliki hierarki manajerial yang pendek
5. Aktivitas sedikit formal, sedikit menggunakan proses perencanaan
6. Kurang membedakan aset pribadi dan aset perusahaan.

Karakteristik UMKM juga dijelaskan berdasarkan penelitian Balton dalam Pratomo dan Soedjono (2002:18) yang menyatakan bahwa terdapat jenis kegiatan yang disebut kerajinan yang bisa dibedakan yaitu kerajinan yang bermutu tinggi dan yang bermutu rendah. Kerajinan yang bermutu mempunyai nilai seni yang tinggi dan pembelinya dari kalangan tertentu, sedang yang bermutu rendah untuk dijual lokal dengan harga yang relatif murah.

Berdasarkan dari karakteristik yang telah dijelaskan di atas, dikemukakan bahwa karakteristik UMKM dilihat dari pelaksanaan aktivitas operasional dan

manajerial masih terbilang sederhana dan produk UMKM berupa kerajinan tangan memiliki wilayah pemasaran yang sempit atau hanya terbatas pada cakupan lokal.

2.2.3 Permasalahan UMKM

Menurut Hafsah (2004:41) permasalahan yang dihadapi UMKM bisa dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal.

- a) Faktor Internal
 - 1. Kurangnya Permodalan
 - 2. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas
 - 3. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar
- b) Faktor Eksternal
 - 1. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif
 - 2. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha
 - 3. Implikasi Otonomi Daerah
 - 4. Implikasi Perdagangan Bebas
 - 5. Sifat Produk Dengan Lifetime Pendek
 - 6. Terbatasnya Akses Pasar

Menurut Baswir dalam Nurhidayati dan Maslichan (2014:64) bahwa ada 4 faktor penyebab utama rendahnya kinerja usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia yaitu: 1) Hampir 60% usaha kecil masih menggunakan teknologi tradisional; 2) Pangsa pasar cenderung menurun karena kekurangan modal, lemahnya teknologi dan manajerial; 3) Sebagian besar usaha kecil tidak mampu

memenuhi persyaratan administratif guna memperoleh bantuan dari Bank; 4) Tingkat ketergantungan terhadap fasilitas pemerintah cenderung sangat besar.

Menurut Rizal dalam Nurhidayati dan Maslichan (2014:65) kendala-kendala yang umumnya dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah:

1. Produktivitas rendah.
2. Nilai tambah rendah.
3. Jumlah investasi yang sangat kecil.
4. Jangkauan pasar yang sempit.
5. Jaringan usaha sangat terbatas.
6. Akses ke sumber modal dan bahan baku terbatas.
7. Manajemen yang masih belum profesional dan sumber daya manusia pada umumnya belum memiliki kualitas yang bisa bersaing untuk maju.

Primiana (2009:50) berpendapat bahwa beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan bagi UMKM adalah permodalan dan pemasaran. Permasalahan dalam hal permodalan, yaitu:

1. Kesulitan akses ke Bank dikarenakan ketidakmampuan dalam hal menyediakan persyaratan bagi bankable. Sebetulnya Bank Indonesia telah membentuk P3UKM yang membantu UMKM agar dapat mudah akses ke Bank. Tetapi kenyataannya tidak semua UMKM dapat memenuhi persyaratan collateral. Artinya masih lebih banyak UMKM yang belum terjaring.

2. Ketidaktahuan UMKM terhadap cara memperoleh dana dari sumber-sumber lain selain perbankan, yang dapat menjadi alternative pembiayaan.
3. Tidak tersedianya modal pada saat pesanan datang. Artinya mereka membutuhkan dana cepat untuk memenuhi pesanan. Hal ini tidak dimungkinkan bila melalui perbankan, karena waktu yang dibutuhkan sejak pengajuan hingga dana cair bisa mencapai 2-3 bulan, belum lagi bila pengajuan kreditnya ditolak yang bisa menyebabkan hilangnya kesempatan memperoleh keuntungan. Biasanya mereka mencari jalan agar dapat memperoleh dana cepat yaitu dengan meminjam sesame pengusaha atau rentenir.

Adapun permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah:

1. Sulitnya akses pasar dikarenakan keterbatasan-keterbatasan antara lain : membaca selera pasar, mengenal pesaing dan produknya, memposisikan produknya di pasar, mengenal kelemahan produknya di antara produk pesaing.
2. Keterbatasan SDM, dalam UMKM pada umumnya pemilik masih melakukan semua kegiatan sendiri atau dibantu beberapa pegawai seperti produksi, atau pengawasan produksi, sehingga mencari pasar menjadi terbengkelai.
3. Standarisasi produk lemah, hal ini menyebabkan pesanan dikembalikan (retur) karena kualitas produk yang dihasilkan spesifikasinya tidak sesuai dengan pada saat pesan.

4. Hilangnya kepercayaan pelanggan akibat ketidakmampuannya memenuhi permintaan dalam jumlah besar, antara lain, dikarenakan tidak tersedianya dana untuk memenuhi permintaan tersebut.

2.3 Teori Kemitraan Usaha

2.3.1 Definisi Kemitraan Usaha

Secara etimologi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kemitraan berasal dari kata dasar “mitra” yang berarti teman, kawan kerja, pasangan kerja, rekan. Kemitraan artinya perihal hubungan atau jalinan kerja sama sebagai mitra. Secara terminologi, Marbun (1996:34) menjelaskan bahwa konsep kemitraan merupakan terjemahan kebersamaan (*partnership*) atau bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya sesuai dengan konsep manajemen berdasarkan sasaran atau partisipatif. Karena sesuai konsep manajemen partisipatif, perusahaan besar harus bertanggung jawab mengembangkan usaha kecil dan masyarakat pelanggannya, karena pada akhirnya hanya konsep kemitraan (*partnership*) yang dapat menjamin eksistensi perusahaan besar, terutama untuk jangka panjang.

Wie (1992:2) dalam dialognya menyimpulkan bahwa Kemitraan merupakan kerja sama usaha antara perusahaan besar/menengah yang bergerak di sektor produksi barang-barang maupun di sektor jasa-jasa dengan industri kecil berdasarkan asas (1) saling membutuhkan, (2) saling memperkuat, dan (3) saling menguntungkan. Hafsah (2000:43) mendefinisikan kemitraan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu

tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Jadi kesimpulannya adalah bahwa kemitraan merupakan suatu strategi bisnis dalam bentuk kerja sama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam waktu tertentu dengan prinsip saling membutuhkan, saling membesarkan, saling memperkuat dan tentunya saling membutuhkan.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, konsep kemitraan dirumuskan dalam pasal 26 yang berisi beberapa butir ayat sebagai berikut:

1. Usaha menengah dan Usaha Besar melaksanakan hubungan kemitraan dengan Usaha Kecil, baik yang memiliki maupun tidak memiliki keterkaitan usaha.
2. Pelaksanaan hubungan kemitraan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diupayakan ke arah terwujudnya keterkaitan usaha.
3. Kemitraan dilaksanakan dengan disertai pembinaan dan pengembangan dalam salah satu atau lebih bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi.
4. Dalam melaksanakan hubungan kedua belah pihak mempunyai kedudukan hukum yang setara.

2.3.2 Pola-Pola Kemitraan Usaha

Menurut Kuncoro (2007:374), pola kemitraan di Indonesia dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu pola keterkaitan langsung dan keterkaitan tidak langsung.

a) **Pola Keterkaitan Langsung**

1. Pola PIR (Perkebunan Inti Rakyat), dimana bapak angkat (usaha besar) sebagai inti, sedangkan petani kecil sebagai plasma.
2. Pola Dagang, dimana bapak angkat bertindak sebagai pemasar produk yang dihasilkan oleh mitra usahanya.
3. Pola Vendor, dimana produk yang dihasilkan oleh anak angkat tidak memiliki hubungan kaitan ke depan maupun ke belakang dengan produk yang dihasilkan oleh bapak angkatnya.
4. Pola Subkontrak, dimana produk yang dihasilkan oleh anak angkat merupakan bagian proses produksi usaha yang dilakukan oleh bapak angkat, lalu terdapat interaksi antara anak dan bapak angkat dalam bentuk keterkaitan teknis, keuangan, atau informasi

b) **Pola Keterkaitan Tidak Langsung**

Merupakan pola pembinaan murni. Dalam pola ini tidak ada hubungan bisnis langsung antara usaha besar dengan mitra usaha. Hal ini yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi sebagai bagian salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat. Pola pembinaan melalui program ini meliputi : pelatihan pengusaha kecil, pelatihan calon konsultan pengusaha kecil, bimbingan usaha,

konsultasi bisnis, monitoring usaha, temu usaha, dan lokakarya atau seminar usaha kecil.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, terdapat 6 pola kemitraan Usaha yang diurai secara dalam pasal 27, yaitu inti plasma, subkontrak, dagang umum, waralaba, keagenan, dan bentuk-bentuk lain, penjelasannya sebagai berikut:

a) Inti plasma

Pola inti plasma adalah hubungan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar, yang di dalamnya usaha menengah atau besar bertindak sebagai inti dan usaha kecil bertindak sebagai plasma; perusahaan inti melaksanakan pembinaan mulai dari penyediaan sarana produksi, bimbingan teknis, sampai dengan pemasaran hasil produksi.

b) Subkontrak

Pola Subkontrak adalah hubungan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar, yang dalam hubungan kemitraan usaha kecil memproduksi komponen yang diperlukan oleh usaha menengah atau usaha besar sebagai bagian dari produksinya. Adapun model kemitraan subkontrak ini dibedakan menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu:

1. *Sub-contracting up-stream*

Bilamana bahan baku atau produk dalam bentuk setengah jadi dibuat oleh usaha kecil, dan finishing-nya dilaksanakan oleh usaha menengah atau usaha besar.

2. *Sub-contracting down-stream*

Bilamana bahan baku atau barang setengah jadi dibuat oleh usaha menengah dan usaha besar, sedangkan finishing-nya dilaksanakan oleh usaha kecil. Jadi padadasarnya merupakan kebalikan dari sub-contracting upstream.

3. *Sub-contracting partikel*

Bilamana hanya sebagian dari mata rantai proses produksi yang dikerjakan oleh usaha menengah atau usaha besar dikerjakan oleh usaha kecil.

c) Dagang Umum

Pola dagang umum adalah hubungan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar, yang di dalamnya usaha menengah atau usaha besar memasarkan hasil produksi usaha kecil atau usaha kecil memasok kebutuhan yang diperlukan oleh usaha menengah atau usaha besar mitranya.

d) Waralaba

Pola waralaba adalah hubungan kemitraan yang di dalamnya pemberi waralaba memberikan hal penggunaan lisensi, merek dagang, dan saluran distribusi perusahaannya kepada penerima waralaba dengan disertai bantuan bimbingan manajemen. Perusahaan mitra usaha sebagai pemilik waralaba, bertanggung jawab terhadap sistem operasi, pelatihan, program pemasaran, merk dagang, dan hal-hal lainnya, kepada mitra usahanya sebagai pemegang usaha yang diwaralabakan. Sedangkan pemegang usaha

waralaba, hanya mengikuti pola yang telah ditetapkan oleh pemilik waralaba serta memberikan sebagian pendapatannya berupa royalti dan biaya lainnya yang terkait dari kegiatan usaha tersebut.

e) Keagenan

Pola Keagenan adalah hubungan kemitraan, yang di dalamnya Usaha Kecil diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa Usaha Menengah atau Usaha Besar mitranya Usaha menengah atau usaha besar sebagai perusahaan mitra usaha bertanggung jawab terhadap produk (barang dan jasa) yang dihasilkan, sedangkan usaha kecil sebagai kelompok mitra diberi kewajiban untuk memasarkan barang atau jasa tersebut. Bahkan disertai dengan target-target yang harus dipenuhi, sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. Keuntungan yang diperoleh dari hubungan kemitraan pola keagenan dapat berbentuk komisi atau fee yang diusahakan oleh usaha besar atau menengah.

f) Pola bentuk-bentuk lain

Maksudnya adalah di luar pola sebagaimana tertera dalam huruf a,b,c,d, dan e pasal ini adalah pola kemitraan yang pada saat ini sudah berkembang tetapi belum dibakukan, atau pola baru yang akan timbul di masa yang akan datang.

Menurut Hafsah (2000:88) bahwa pola kemitraan dapat dikembangkan mulai dari yang paling sederhana sampai pola ideal yang mewujudkan ketergantungan yang besar antara pihak-pihak yang bermitra, yaitu:

a) Pola Kemitraan Sederhana (pemula)

1. Perusahaan/pengusaha besar memberikan bantuan atau kemudahan memperoleh permodalan untuk mengembangkan usaha, penyediaan sarana produksi, teknologi (alat mesin) untuk meningkatkan produksi dan mutu produksi.
2. Pengusaha usaha kecil yang menjadi mitra mempunyai kewajiban untuk memasokkan hasil produksinya kepada pengusaha besar mitranya dengan jumlah dan standar mutu sesuai dengan standar yang telah disepakati bersama.
3. Pemerintah memberikan fasilitas dan kemudahan dalam berinvestasi, penyediaan/pembangunan sarana prasarana transportasi, telekomunikasi, listrik serta perangkat perundang-undangan yang mendukung kemitraan usaha.

b) Pola Kemitraan Tahap Madya

1. Usaha besar memberikan pembinaan dalam bantuan teknologi, alat mesin, industri pengolahan (agrobisnis) serta jaminan pemasaran.
2. Usaha kecil telah mampu mengembangkan usahanya mulai dari merencanakan usaha serta sampai pengadaan sarana produksi dan permodalan.
3. Sedangkan peran pemerintah dan lembaga terkait tetap samasebagaimana peran dalam pola sederhana yaitu sebagai fasilitator.

2.3.3 Aspek Kemitraan Usaha

Implementasi kemitraan bisa dilakukan melalui beberapa aspek utama yaitu peningkatan sumber-sumber finansial seperti akses permodalan serta memberikan akses terhadap informasi dan teknologi melalui pembinaan dan pelatihan serta peningkatan terhadap akses pemasaran. Selaras dengan pendapat Muflih dalam Saparuddin dan Basri (2011:164) bahwa kemitraan mengandung beberapa unsur yaitu pemberian kesempatan pelatihan sumber daya manusia, ada redistribusi aset produktif dari yang kuat kepada yang lemah, ada akses terhadap sumber-sumber pendanaan, ada akses informasi dan teknologi, dan ada akses terhadap pasar.

Karena kemitraan usaha merupakan upaya stimulus untuk meningkatkan kinerja UMKM, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saparuddin dan Basri (2011:189) bahwa aspek kemitraan yang menjadi faktor dalam mempengaruhi kinerja UMKM adalah sebagai berikut:

1. Akses permodalan
2. Pembinaan dan pelatihan Sumber Daya Manusia (SDM)
3. Akses pemasaran
4. Keterkaitan manajemen pengelolaan usaha dan organisasi

Pada penelitian ini dibatasi pada 2 faktor yaitu akses permodalan dan akses pemasaran. Hal ini didasarkan pada hasil wawancara penulis dengan salah satu pengrajin sepatu yang menyatakan bahwa hubungan kemitraan yang terjalin

pada dasarnya untuk mengatasi masalah pokok mengenai pemasaran dan permodalan.

2.3.4 Manfaat dan Kendala Kemitraan Usaha

Menurut Hafsah (2000:63) dengan kemitraan, pelaku usaha besar bisa melakukan usaha bersama dengan pelaku usaha kecil melalui kerja sama dalam mengelola dan mengoperasikan kegiatan usahanya agar sama-sama saling berkembang dan saling menguntungkan. Manfaat yang dapat diperoleh bagi UMKM dan Usaha Besar yang melakukan kemitraan yaitu:

1. Meningkatnya produktivitas
2. Efisiensi
3. Jaminan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas
4. Menurunkan risiko kerugian
5. Memberikan social benefit yang cukup tinggi
6. Meningkatkan ketahanan ekonomi secara nasional

Selain manfaat yang diberikan melalui kemitraan, juga terdapat kelebihan dan kelemahan dari teknis pelaksanaan kemitraan. Zimmerer dan Scarborough (2007:168) mengemukakan tentang faktor-faktor kelebihan dan kelemahan dari kemitraan, yaitu:

- a) Kelebihan Kemitraan
 1. Mudah pendiriannya

Seperti juga usaha perseorangan, kemitraan juga mudah dan murah pendiriannya. Pemilik harus memperoleh perizinan bisnis dan menyerahkan formulir-formulir yang tidak terlalu banyak.

2. Keterampilan yang saling melengkapi

Dalam kemitraan yang berhasil, keterampilan dan kemampuan masing-masing anggota kemitraan saling melengkapi satu sama lain, sehingga memperkuat landasan manajemen perusahaan.

3. Pembagian laba

Tidak ada pembatasan mengenai cara para anggota kemitraan membagi laba perusahaan sejauh konsisten dengan anggaran dasar kemitraan dan tidak melanggar hak anggota yang manapun.

4. Pengumpulan modal yang lebih besar

Bentuk kepemilikan kemitraan secara nyata memperluas kumpulan modal yang tersedia untuk suatu bisnis.

5. Kemampuan menarik anggota mitra

Apabila para mitra berbagi dalam memiliki, mengoperasikan, dan mengelola suatu bisnis, mereka umumnya adalah mitra aktif. Mitra aktif memiliki kewajiban tidak terbatas dan biasanya memiliki peran aktif di perusahaan.

6. Tidak banyak Peraturan Pemerintah

Bentuk operasi kemitraan tidak banyak dibebani oleh peraturan-peraturan pemerintah.

7. Keluwesan

Kemitraan biasanya dapat bereaksi cepat terhadap situasi pasar yang berubah, sebab tidak ada organisasi raksasa yang dapat bergerak cepat memberi tanggapan kreatif terhadap peluang-peluang baru.

8. Pajak

Kemitraan tidak terkena pajak pemerintah. Kemitraan dinilai langsung dari laba dan rugi yang dihasilkan; pendapatan bersih atau kerugian langsung masuk ke dalam pendapatan pribadi anggota kemitraan, dan anggota kemitraanlah yang membayar pajak penghasilan sesuai dengan biaya laba yang diterimanya. Kemitraan terhindar dari kelemahan pajak ganda sehubungan dengan bentuk kepemilikan perseroan.

b) Sedangkan kelemahan kemitraan, adalah:

1. Kewajiban yang terbatas pada minimal seorang anggota kemitraan

Paling sedikit seorang anggota dari setiap kemitraan haruslah seorang mitra aktif. Mitra aktif memiliki kewajiban pribadi tak terbatas, meskipun sering kali dialah anggota kemitraan yang memiliki kekayaan pribadi paling sedikit.

2. Akumulasi modal

Meskipun bentuk kepemilikan kemitraan lebih baik dibandingkan usaha perseorangan dalam menarik modal, tetapi umumnya tidak seefektif bentuk kepemilikan perseroan.

3. Kesulitan menyingkirkan anggota kemitraan tanpa membubarkan kemitraan

Kebanyakan anggaran dasar kemitraan membatasi cara anggota boleh melepas saham dalam bisnis itu. Umum terjadi bahwa anggota kemitraan disyaratkan untuk menjual sahamnya kepada anggota lain. Bila anggota kemitraan mengundurkan diri kemitraan akan bubar, kecuali ada keterangan khusus yang mengatur proses perubahan ini dengan lancar.

4. Kurangnya kesinambungan

Bila seorang anggota kemitraan meninggal, keruwetan muncul. Saham anggota sering kali tidak dapat dialihkan kepada ahli warisnya, karena anggota lain mungkin tidak menginginkan bermitra dengan orang yang mewarisi saham anggota kemitraan yang meninggal.

5. Potensi konflik pribadi dan wewenang

Tidak peduli bagaimana cocoknya mitra, ketidakcocokan dalam kerja sama tidak dapat dihindari. Kuncinya adalah adanya mekanisme seperti perjanjian kerja sama dan komunikasi terbuka untuk mengendalikan hal itu.

2.4 Teori Kinerja Usaha

Menurut Wirawan (2009:5) kinerja adalah keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan atau suatu profesi dalam waktu tertentu. Armstrong dan Baron dalam Wibowo (2007:2) juga menjelaskan secara rinci bahwa kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang

dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi. Di dalam suatu perusahaan yang melaksanakan suatu bisnis, kinerja adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan keluaran atau hasil dari suatu usaha yang memanfaatkan sumber daya selama periode waktu tertentu dan didasarkan pada indikator-indikator tertentu selaras dengan tujuan strategis dari suatu organisasi. Pengukuran kinerja suatu organisasi atau perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai macam cara atau ukuran. Zou dan Stan (1998:342) mengemukakan tiga hal dalam mengukur kinerja perusahaan, yaitu:

1. Pengukuran finansial, seperti penjualan (sales), keuntungan (profit), dan pertumbuhan (growth)
2. Pengukuran non finansial, seperti kepuasan (satisfaction), pencapaian tujuan (goal achievement), dan proses bisnis (Business process)
3. Pengukuran gabungan

Dalam penelitian ini, kinerja pengrajin hanya dibatasi pada pengukuran finansial yaitu pada pendapatan/keuntungan.

2.5 Kajian Keislaman tentang Kemitraan Usaha

2.5.1 Akad Salam

Hadi (2010:100) menjelaskan secara bahasa as-salam atau as-salaf berarti pesanan. Secara terminologis para ulama mendefinisikannya dengan: “Menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu (barang) yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan kemudian hari”.

Secara istilah, Nawawi (2012:125) menjelaskan bahwa salam adalah jual beli sesuatu dengan ciri-ciri tertentu yang akan diserahkan pada waktu tertentu. Contohnya, orang muslim membeli komoditi tertentu dengan ciri-ciri tertentu, misalnya: mobil, rumah makan, hewan, dan sebagainya, yang akan diterimanya pada waktu tertentu. Ia bayar harganya dan menunggu waktu yang telah disepakati untuk menerima komoditi tersebut. Jika waktunya telah tiba, penjual menyerahkan komoditi tersebut kepadanya.

Jadi pada dasarnya, akad salam merupakan transaksi jual beli barang pesanan yang dilakukan pembeli kepada penjual dengan menyebutkan spesifikasi barang dan harga pesanan harus sudah disepakati diawal transaksi, adapun pembayarannya dilakukan di muka secara penuh. Dan ini termasuk akad jual beli yang diperbolehkan.

2.5.1.1 Dasar Hukum Akad Salam

Adapun dasar hukum akad salam terdapat dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 282 dan hadist nabi dari Ibnu Abbas yang diriwayatkan oleh Imam Bukhori dan Muslim.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya” (QS. Al-Baqarah : 282)

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ -رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا- قَالَ: قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ، وَهُمْ يُسَلِّفُونَ فِي الثَّمَارِ أَلْسِنَةً وَالسَّنَّتَيْنِ، فَقَالَ: (مَنْ أَسْلَفَ فِي تَمْرٍ فَلْيُسَلِّفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ، إِلَىٰ أَجَلٍ مَعْلُومٍ) مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ. وَلِلْبُخَارِيِّ: مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ

Ibnu Abbas berkata: Nabi Shallallaahu 'alaihi wa Sallam datang ke Madinah dan penduduknya biasa meminjamkan buahnya untuk masa setahun dan dua tahun. Lalu beliau bersabda: "Barangsiapa meminjamkan buah maka hendaknya ia meminjamkannya dalam takaran, timbangan, dan masa tertentu." Muttafaq Alaihi. Menurut riwayat Bukhari: "Barangsiapa meminjamkan sesuatu."

2.5.1.2 Rukun dan Syarat Akad Salam

Nawawi (2012:127) menjelaskan bahwa rukun dalam pelaksanaan akad salam ada lima perkara, yakni :

1. Pembeli (musalam)

Adalah pihak yang membutuhkan dan memesan barang. Harus memenuhi kriteria cakap bertindak hukum (balig dan berakal sehat) serta mukhtar (tidak dalam tekanan/paksaan).

2. Penjual (musala ilaih)

Adalah pihak yang memasok barang pesanan. Harus memenuhi kriteria cakap bertindak hukum (balig dan berakal sehat) serta mukhtar (tidak dalam tekanan/paksaan).

3. Ucapan (sighah)

Harus diungkapkan dengan jelas, sejalan, dan tidak terpisah oleh hal-hal yang dapat memalingkan keduanya dari maksud akad.

4. Barang yang dipesan (muslam fiqh)

Dalam hal ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Dinyatakan jelas jenisnya
- b. Jelas sifat-sifatnya.
- c. Jelas ukurannya.
- d. Jelas batas waktunya.
- e. Tempat penyerahan dinyatakan secara jelas.

Adapun syarat sahnya akad salam ada empat perkara, yakni :

1. Pembayaran dilakukan dengan kontan, dengan emas, atau perak, atau logam-logam, agar hal-hal ribawi tidak diperjual belikan dengan sejenisnya secara tunda.
2. Komodinya harus dengan spesifikasi yang jelas, misalnya, dengan menyebut jenisnya dan ukurannya, agar tidak terjadi konflik antara seorang muslim dengan saudaranya yang menyebabkan dendam dan permusuhan Siantar keduanya.

3. Waktu penyerahan komoditi harus ditentukan, misalnya setengah bulan yang akan datang atau lebih.
4. Penyerahan uang dilakukan di dalam satu majelis.

2.5.2 Akad Istisna'

Menurut Antonio (2001:114) akad *al-Istishna'* adalah akad jual beli pesanan antara pihak produsen / pengrajin / penerima pesanan (*shani'*) dengan pemesan (*mustashni'*) untuk membuat suatu produk barang dengan spesifikasi tertentu (*mashnu'*) yang mana bahan baku maupun biaya operasional produksi menjadi tanggungjawab pihak produsen, sedangkan sistem pembayaran bisa dilakukan di muka, tengah atau akhir.

2.5.2.1 Dasar Hukum Akad Istisna'

Secara umum landasan syariah yang berlaku pada akad as-salam juga berlaku pada akad al-istishna yakni terdapat dalam surat Al-Baqoroh ayat 282 dan hadist nabi.

Lebih lanjut Nawawi (2012:131) menjelaskan bahwa berdasarkan ayat ini dan lainnya para ulama' menyatakan bahwa hukum asal setiap perniagaan adalah halal, kecuali yang nyata-nyata diharamkan dalam dalil yang kuat dan shahih. Namun menurut mazhab Hanafi menggolongkan *istishnâ'* termasuk akad yang dilarang karena bertentangan dengan semangat akad bai' secara qiyas. Mereka mendasarkan pada argumentasi bahwa pokok kontrak penjualan harus ada dan dimiliki oleh penjual. Sementara dalam istishna, pokok kontrak itu belum ada atau

tidak dimiliki penjual. Meskipun demikian, mazhab Hanafi menyetujui kontrak *istishna* atas dasar alasan-alasan berikut :

1. Masyarakat telah mempraktekkan *istishna* secara luas dan terus menerus tanpa ada keberatan sama sekali. Hal demikian menjadikan *istishnâ'* sebagai kasus *ijma'* atau konsensus umum.
2. Dalam Syariah dimungkinkan adanya kemungkinan adanya penyimpangan terhadap *qiyas* berdasarkan *ijma'*.
3. Keberadaan didasarkan pada kebutuhan masyarakat, banyak orang yang sering kali memerlukan barang yang tidak tersedia dipasar, sehingga mereka cenderung melakukan kontrak agar orang lain membuat barang untuk mereka.
4. *Istishnâ'* sah sesuai dengan aturan umum mengenai kebolehan kontrak selama tidak bertentangan dengan *Nash* atau *Syariah*.

2.5.2.2 Rukun dan Syarat Istishna

Menurut Antonio (2001:116) menerangkan bahwa pada prinsipnya akad *istishna'* adalah sama dengan akad *as-salam*. Maka rukun dan syarat *istishna'* mengikuti *as-salam*. Hanya saja pada *istishna'* pembayaran tidak dilakukan secara kontan dan tidak adanya penentuan waktu tertentu penyerahan barang, tetapi tergantung selesainya barang pada umumnya. Misal : Memesan rumah, maka tidak bisa dipastikan kapan bangunannya selesai. Agar *istishnâ'* menjadi sah, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut :

1. Barang (*mashnu'*)

Perincian barang yang sah untuk dijadikan objek *istishnâ'* adalah sebagai berikut:

- a. Jenis, misal berupa mobil, rumah, pesawat atau yang lain.
- b. Tipe, misal berupa mobil kijang, rumah tipe RSS.
- c. Kualitas, bagaimana spesifikasi teknisnya dan hal lainnya.
- d. Kuantitasnya, berupa jumlah unit.

2. Harga

Harga harus ditentukan berdasarkan aturan sebagai berikut:

- a. Harus diketahui semua pihak.
- b. Bisa dibayarkan sewaktu akad secara cicilan, ataupun bisa ditangguhkan pada waktu tertentu pada masa yang akan datang.

2.5.3 Akad Ijarah

Sabiq (1987:7) menjelaskan bahwa *Al-Ijarah* berasal dari kata *al-Ajru* yang berarti *al'lwadhu* (ganti). Dari sebab itu *ats tsawab* (pahala) dinamai *ajru* (upah).

Rasjid (1994:304) menjelaskan bahwa jumhur ulama fiqh berpendapat bahwa *ijarah* adalah menjual manfaat dan yang boleh disewakan adalah manfaatnya bukan bendanya. Oleh karena itu, mereka melarang menyewakan pohon untuk diambil buahnya, domba untuk diambil susunya, sumur untuk diambil airnya, dan lain-lain, sebab semua itu bukan manfaatnya, tetapi bendanya. Namun sebagian ulama memperbolehkan mengambil upah mengajar Al-Qur'an

dan ilmu pengetahuan yang bersangkutan dengan agama, sekedar untuk memenuhi keperluan hidup, karena mengajar itu telah memakai waktu yang seharusnya dapat mereka gunakan untuk pekerjaan mereka yang lain.

Lebih lanjut, Sabiq (1987:9) juga menjelaskan bahwa pemilik yang menyewakan manfaat atau jasa disebut *mu'ajjir* (orang yang menyewakan). Pihak lain yang memberikan sewa disebut *musta'jir* (orang yang menyewa ataupun penyewa). Dan, sesuatu yang di akadkan untuk diambil manfaatnya disebut *ma'jur* (sewaan). Sedangkan jasa yang diberikan sebagai imbalan manfaat disebut *Ajran* atau *ujrah* (upah). Dan setelah terjadi akad Ijarah telah berlangsung orang yang menyewakan berhak mengambil upah, dan orang yang menyewa berhak mengambil manfaat, akad ini disebut *mu'addhah* (penggantian).

2.5.3.1 Dasar Hukum Ijarah

Dalam Surat At-thalaq ayat 6 dijelaskan :

هُنَّ رَاجُوهُنَّ وَتُفَا لَكُمْ أَرْضَعْنَ فَإِنْ

“Kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak) mu untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya” (Q.S At-Thalaq : 6)

Adapun dasar hukum dari hadist adalah :

اللَّهُ رَضِيَ هُرَيْرَةَ أَبِي عَنْ جَدِّهِ عَنْ يَحْيَى بْنِ عَمْرٍو حَدَّثَنَا الْمَكِّيُّ مُحَمَّدُ بْنُ أَحْمَدُ حَدَّثَنَا

وَأَنْتَ أَصْحَابُهُ فَقَالَ الْغَنَمَ رَعَى لِأَنَّ نَبِيَّ اللَّهِ بَعَثَ مَا قَالَ وَسَلَّم عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى النَّبِيُّ عَنْهُ

مَكَّةَ لِأَهْلِ قَرَارِيطَ عَلَى أَرْعَاهَا كُنْتُ نَعَمَ فَقَالَ

Telah menceritakan kepada kami Ahmad bin Muhammad Al-Makkiy telah menceritakan kepada kami Amru bin Yahya dari kakeknya dari Abu Hurairah dari Nabi Muhammad SAW : “Tidaklah Allah mengutus seorang Nabi melainkan dia mengembalakan kambing”. Para sahabat bertanya: “Termasuk engkau juga?” Maka Beliau menjawab: “Ya, aku pun mengembalakannya dengan upah beberapa qirat (keping dinar) milik penduduk Makkah.” (H.R Bukhori)

2.5.3.2 Syarat Sah dan Rukun Ijarah

Menurut Sabiq (1987:1987) ada 5 syarat sah dari ijarah, diantaranya:

1. Kerelaan dari dua pihak yang melakukan akad ijarah tersebut
2. Mengetahui manfaat dengan sempurna barang yang diakadkan, sehingga mencegah terjadinya perselisihan
3. Kegunaannya dari barang tersebut
4. Kemanfaatan benda dibolehkan menurut syara'
5. Objek transaksi akad itu (barangnya) dapat dimanfaatkan kegunaannya menurut kriteria, dan realita.

Rasjid (1994:304) menjelaskan bahwa rukun ijarah menurut ulama Hanafiyah, rukun ijarah itu hanya satu, yaitu ijab (ungkapan menyewakan) dan qabul (persetujuan terhadap sewa-menyewa), antara lain dengan menggunakan kalimat: *al-ijarah*, *al-isti'jar*, *al-ikhtira'*, dan *al-ikra*. Adapun menurut jumhur ulama mengatakan bahwa rukun *ijarah* ada empat (4), yaitu:

1. 'Aqid (orang yang berakad)
2. Shighat akad
3. Ujah (upah)

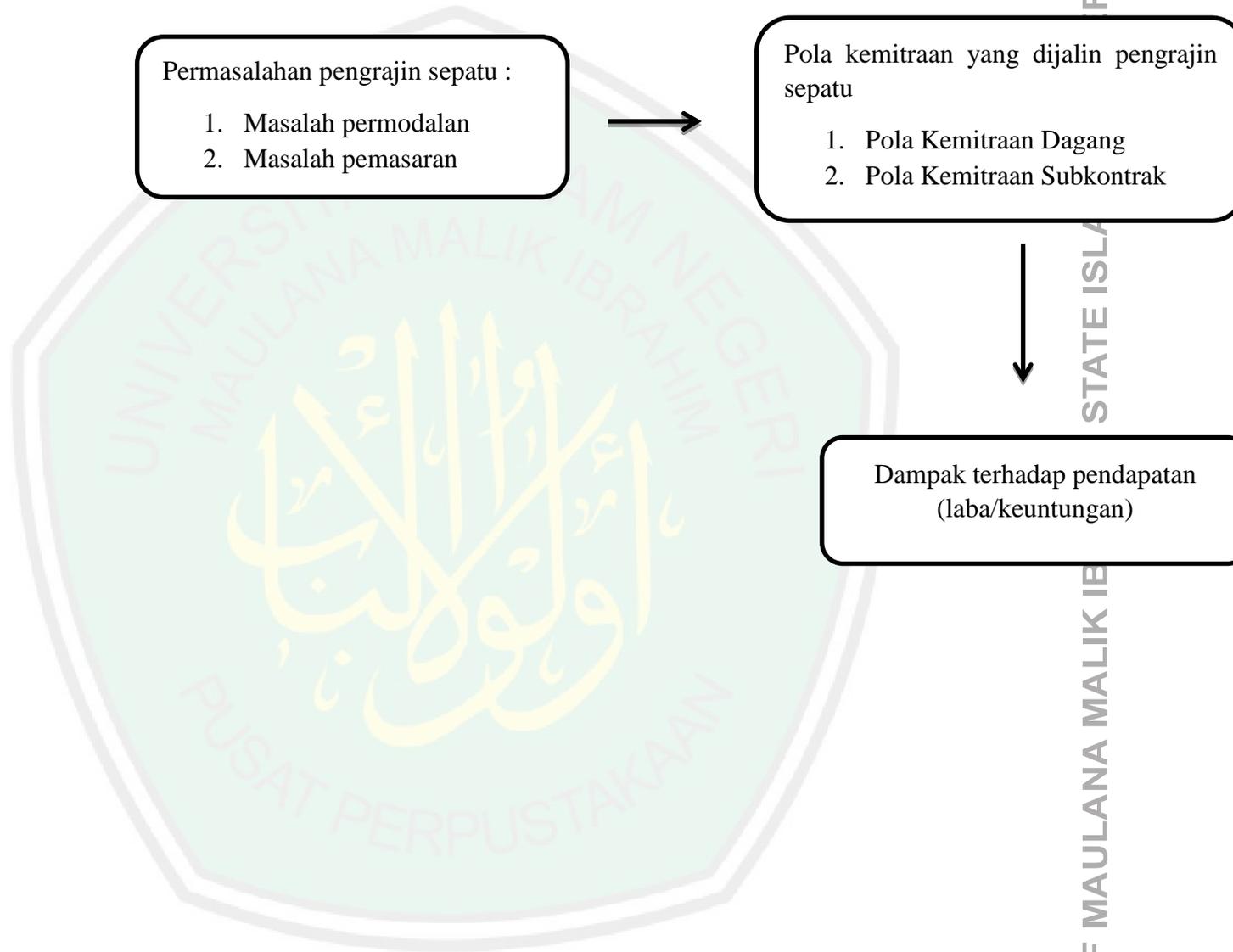
4. Manfaat

- a. Manfaat yang berharga
- b. Keadaan manfaat dapat diberikan oleh yang mempersewakan.
- c. Diketahui kadarnya, dengan jangka waktu seperti menyewa rumah satu bulan atau satu tahun, atau diketahui dengan pekerjaan.



2.6 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Ilmiah

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan penelitian kualitatif, bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan Taylor dalam Moleong (2006: 4) yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, yang didapatkan dari latar (setting) secara utuh atau holistic. Tujuan penelitian kualitatif menurut Moleong (2006: 5), yaitu untuk memberikan gambaran secermat mungkin tentang sesuatu yang individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu dan untuk mendeskripsikan data secara sistematis terhadap fenomena yang dikaji berdasarkan data yang diperoleh.

Penelitian dalam hal ini berusaha mengungkapkan bagaimana proses implementasi kemitraan pengrajin sepatu di Kabupaten Mojokerto dan dampak dari kemitraan terhadap pendapatan pengrajin.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di dua kecamatan (Kec. Sooko dan Kec. Puri) yang menjadi daerah sentra industri sepatu Kabupaten Mojokerto.

3.3 Objek dan Subyek Penelitian

Objek yang diteliti mengenai pola kemitraan yang dijalin para pengrajin sepatu di Kabupaten Mojokerto. Subyek penelitian adalah pengrajin sepatu yang

menjalin kemitraan di dua kecamatan (Kec. Sooko dan Kec. Puri) Kabupaten Mojokerto. Untuk menentukan sampel, pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2008:218) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut dalam penelitian ini adalah hanya mengambil pengrajin sepatu yang menjalin hubungan pola kemitraan. Lebih lanjut Sugiyono (2008:230) juga menjelaskan *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang lengkap, maka harus mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data.

Tabel 3.1
Nama Pengrajin Sepatu

No	Nama Pengrajin	Alamat
1.	Mas'ad	Kecamatan Puri
2.	Khalim	Kecamatan Puri
3.	Mahsun	Kecamatan Puri
4.	Jainul	Kecamatan Puri
5.	Munir	Kecamatan Puri
6.	Ripin	Kecamatan Sooko
7.	Shobirin	Kecamatan Sooko
8.	Juanda	Kecamatan Sooko
9.	Ikhwan	Kecamatan Sooko
10	Fanani	Kecamatan Sooko
11.	Nanang	Kecamatan Sooko
12.	Hasyim	Kecamatan Sooko
13.	Rouf	Kecamatan Sooko
14.	Syamsul	Kecamatan Sooko
15.	Sholeh	Kecamatan Sooko
16.	Rofiq	Kecamatan Sooko
17.	Rohmat	Kecamatan Sooko
18.	Imron	Kecamatan Sooko

Sumber: Data primer diolah

3.4 Data dan Jenis Data

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian, menurut Arikunto (2002:120) adalah subjek dimana data diperoleh. Sedangkan menurut Lofland, yang dikutip oleh Moleong (2006:112), sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata atau tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Adapun sumber data terdiri dari dua macam:

a. Sumber Data Primer

Sumber Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang diperoleh oleh peneliti adalah: hasil wawancara dengan para informan yaitu para pengrajin sepatu, Disperindag serta Dinkop dan UMKM Kab. Mojokerto.

Tabel 3.2
Data yang Diperlukan

No	Sumber Data	Data yang Diperlukan
1.	Disperindag dan Dinkop	<ul style="list-style-type: none"> - Perkembangan UMKM Kab. Mojokerto - Daftar produk unggulan UMKM Kab. Mojokerto - Jumlah unit UMKM unggulan di Kab. Mojokerto - Permasalahan yang dihadapi pengrajin sepatu dan upaya yang dilakukan oleh dinas terkait sebagai solusi
2.	Pengrajin sepatu	<ul style="list-style-type: none"> - Profil pengrajin dan profil usaha - Implementasi model kemitraan yang dijalin oleh pengrajin sepatu dan dampaknya - Pihak mitra pengrajin - Pendapatan pengrajin

Sumber: Data diolah

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya data didapatkan oleh peneliti sendiri maupun melalui orang lain. Sumber data sekunder yang diperoleh peneliti adalah data yang diperoleh langsung dari pihak-pihak yang berkaitan berupa data-data perusahaan dan berbagai literatur yang relevan dengan pembahasan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, menggunakan tiga teknik metode pengumpulan data, yaitu : metode wawancara, metode observasi dan metode dokumentasi, seperti halnya yang telah dijelaskan oleh Meleong (2006 : 174) sebagai berikut :

1. Metode Observasi atau Pengamatan.

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung dan sistematis terhadap segala gejala-gejala yang dimiliki dengan cara meneliti, mengamati, merangkum dan mendata kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya.

Metode observasi pada penelitian ini, digunakan untuk melakukan pengamatan pada proses usaha sepatu yang digeluti oleh pengrajin secara langsung, mulai dari pemotongan bahan sampai hasil produk sepatu siap untuk dikirim.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Metode wawancara atau metode interview dipergunakan seseorang untuk tujuan mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari seorang responden, dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang itu.

Metode wawancara dalam penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan kondisi usaha pengrajin, bentuk implementasi kemitraan yang mereka jalin dan dampak kemitraan terhadap pendapatan pengrajin. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi struktur. Alasannya adalah agar dalam proses wawancara dengan narasumber bisa berjalan dengan lancar dan data yang diperoleh bisa lebih jelas dan akurat. Dalam kegiatan wawancara yang mendalam ini, peneliti melakukan wawancara dan informan diberi kebebasan menguraikan jawabannya.

3. Metode Dokumen

Dokumen merupakan catatan sebuah peristiwa. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Dengan menggunakan metode dokumen saat melakukan penelitian dengan pengrajin, dihasilkan beberapa foto/gambar dari proses wawancara dan observasi yang sudah dilakukan.

Menurut Meleong (2006:330) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data itu. Lebih lanjut menurut Denzin dalam Meleong (2006:330) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Menurutnya, triangulasi meliputi empat hal, yaitu:

1. Triangulasi Sumber (data)

Triangulasi ini membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dalam metode kualitatif.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi ini menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi penyidik

Triangulasi ini dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Contohnya membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan analisis lainnya.

4. Triangulasi Teori

Triangulasi ini berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori tetapi hal itu dapat dilakukan, dalam hal ini dinamakan penjelasan banding.

Dari empat macam teknik triangulasi di atas, dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber (data), triangulasi metode, dan triangulasi teori untuk menguji keabsahan data yang berhubungan dengan pembahasan implementasi dan dampak kemitraan pengrajin sepatu di kab. Mojokerto dalam penelitian ini.

3.6 Analisis Data

Sugiyono (2008:245) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun, fokus penelitian ini masih sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan melakukan penelitian selama di lapangan. Lebih lanjut menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2008:246) mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif

dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data :

a) Reduksi Data

Maka lama peneliti ke lapangan makin banyak data yang didapat, maka perlu adanya reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan membuang yang tidak perlu. Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus adalah bentuk dan implementasi pola kemitraan yang dijalin oleh pengrajin sepatu serta dampak kemitraan terhadap pendapatan pengrajin.

b) Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam dibentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Penyajian data dalam penelitian ini menampilkan data yang berkaitan dengan profil responden, bentuk dan implementasi pola kemitraan yang terjalin, serta dampak kemitraan terhadap pendapatan pengrajin.

c) Penarikan kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal adalah bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (terpercaya).

BAB IV

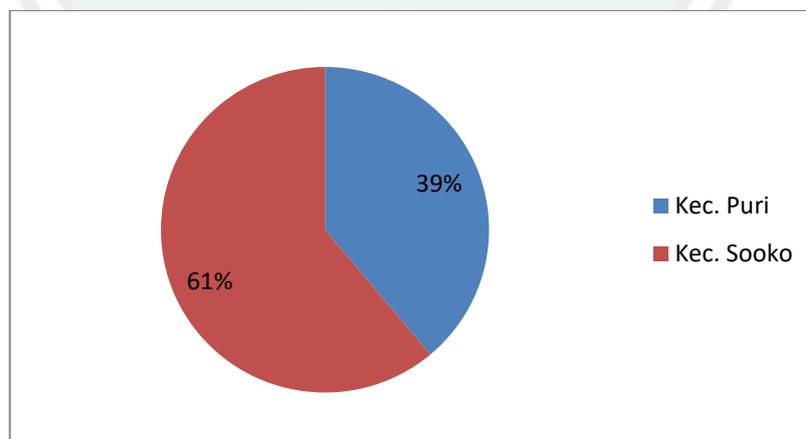
PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Paparan Data

4.1.1 Gambaran Umum Pengrajin

Di Kecamatan Puri dan Kecamatan Sooko yang merupakan sentra industry sepatu di Kabupaten Mojokerto, beberapa pengrajin lebih memilih untuk menjalankan usahanya dengan melakukan kerjasama. Hal ini dikarenakan oleh beberapa kendala khususnya permasalahan pemasaran dan permodalan. Ada beberapa pihak yang menjadi mitra dari pengrajin, yakni pabrik, grosir, jurangan, maupun pengepul. Berbeda-bedanya pihak mitra dari satu dengan yang lainnya dikarenakan proses kemitraan yang dijalin oleh keduabelah pihak dilakukan secara mandiri tanpa adanya campur tangan dari pemerintah. Dengan menjalin kemitraan, pengrajin bisa memperoleh kemudahan akses permodalan dan mengenai pemasaran dilakukan oleh pihak mitra.

Gambar 4.1
Jumlah Pengrajin Sepatu yang Menjadi Responden



Sumber : Data diolah

Tabel 4.1 di atas menunjukkan jumlah pengrajin dari Kec. Sooko maupun Kec. Puri yang menjadi responden dalam penelitian ini. Sejumlah 61 % responden berasal dari Kec. Sooko. Umumnya pengrajin dari Sooko menjalin kemitraan dengan Grosir, namun ada juga yang menjalin mitra dengan pabrik. Sedangkan sejumlah 39% responden berasal dari Kec. Puri, dan pada umumnya pengrajin di Puri juga melakukan kemitraan dengan grosir. Dalam tabel 4.1.1 di bawah ini adalah nama-nama pegrajin yang menjadi responden :

Tabel 4.1
Pihak Mitra Pengrajin Sepatu

No	Nama Pengrajin	Pihak Mitra
1.	Mas'ad	Grosir dan Pengepul
2.	Khalim	Juragan
3.	Mahsun	Grosir
4.	Jainul	Grosir
5.	Munir	Grosir
6.	Ripin	Grosir
7.	Shobirin	Grosir
8.	Juanda	Pabrik
9.	Ikhwan	Grosir
10	Fanani	Juragan
11.	Nanang	Grosir & Pengepul
12.	Hasyim	Grosir & Pengepul
13.	Rouf	Juragan
14.	Syamsul	Grosir
15.	Sholeh	Grosir
16.	Rofiq	Grosir
17.	Rohmat	Grosir
18.	Imron	Grosir & Pengepul

Sumber: Data primer diolah

Di kedua kecamatan tersebut, pengrajin bisa memproduksi berbagai jenis sepatu ala homemade, seperti sepatu sport, casual, pantofel dan balet menawarkan harga yang tergolong murah mulai ratusan ribu rupiah hingga jutaan rupiah

(perkodi) menyesuaikan dengan kualitas dari produk sepatu tersebut. Sementara untuk bahan yang dipakai dalam produksi sepatu bervariasi dengan tingkat kualitas yang berbeda, seperti bahan baku kulit dan bahan baku mitasi/sintesis. Selain itu juga ada beberapa komponen bahan yang lain seperti sol sepatu, lem, latek, bontek, kain, pen putih, benang, kerasan, dll. Namun sekarang umumnya pengrajin lebih banyak yang menggunakan bahan baku mitasi/sintesis untuk pembuatan bagian kap (*upper*) sepatu. Untuk mendapatkan bahan baku produksi sepatu, pengrajin mendapatkan dari toko-toko bahan dari wilayah Mojokerto, Surabaya, Magetan, Tanggerang, dll.

Dalam proses memproduksi sepatu, pengrajin menggunakan tenaga kerja dengan sistem borongan, jadi upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja didasarkan pada jumlah yang mereka kerjakan (perkodi). Upah tenaga kerja bergantung penawaran yang diberikan oleh pengrajin. Upah yang ditawarkan bisa disesuaikan dengan kapasitas yang akan diproduksi, model sepatu yang akan diproduksi, dan penilaian pemilik usaha terhadap calon pekerja tersebut. Karena memang bukan tenaga kerja tetap, kadang kala upah menjadi alasan bagi tenaga kerja yang ada untuk berpindah-pindah tempat kerja.

4.1.2 Proses Pembuatan Sepatu

Adapun sistem Sistem produksi sepatu terbagi menjadi beberapa tahapan dan fungsi kerja, Istilah yang biasa digunakan dalam menyebut tenaga kerja adalah tukang gores, tukang kap atau tukang atas (*upper*), tukang sol atau tukang bawah dan tukang ramut.

a) Gores

Gambar 4.2
Proses pembentukan pola dan pengguntingan bahan



Tahap ini adalah tahap penggambaran pola menggunakan pen putih pada bahan pembuatan kap (*upper*) sepatu, bisa berupa bahan sintetis dan bahan kulit. Setelah itu, dilakukanlah proses pemotongan bahan baku sesuai pola yang sudah ditentukan sebelum dibentuk menjadi kap (*upper*) sepatu. Peralatan yang diperlukan dalam proses ini menggunakan mesin potong (*cutting machine*) atau gunting dan pola potongan yang disebut dengan *cutting dies* yang bentuk dan ukurannya telah dibuat sesuai dengan pola-pola potongan yang akan dikerjakan

b) Kap (*upper*) Sepatu

Gambar 4.3
Proses pembuatan kap sepatu



Pada proses ini pola-pola bahan baku yang telah dipotong saat proses gores dan *cutting* kemudian dijahit yang kemudian dibentuk menjadi kap (*upper*) sepatu. Dalam proses penjahitan ini, relative membutuhkan waktu yang cukup banyak dalam pengerjaannya. Hal ini dikarenakan tingkat kesulitan dalam menjahit dan juga butuh ketelitian yang cukup tinggi untuk bisa menghasilkan kap (*upper*) sepatu yang baik dan rapi.

c) Sol Sepatu

Gambar 4.4
Proses pengesolan sepatu



Pada proses inilah pembentukan sepatu dikerjakan. Bagian-bagian sepatu yang masih berupa *upper* digabungkan dengan sol hingga menjadi bentuk sepatu. Pada proses ini, bagian kap (*upper*) sepatu diletakkan ke laste agar kap tersebut mengikuti bentuk tekstur kaki, setelah itu bagian bawah kap diberi latek. Di saat yang sama itu pula sol sepatu dimasukkan ke pemanas (*oven*) agar saat diberi lem, sol sepatu bisa lebih lekat, setelah beberapa menit berselang, sol sepatu yang menjadi lebih lentur diberi lem dan digabungkan dengan kap sepatu. Dan setelah itu, insol dimasukkan ke dalam sepatu yang sudah terbentuk.

d) Finishing

Gambar 4.5
Proses finishing pembuatan sepatu



Pada proses ini, sepatu yang sudah terbentuk diperiksa untuk memastikan kondisi dan kualitas produk sepatu yang sudah jadi tersebut. Setelah itu produk yang sudah jadi tersebut dipacking.

4.1.3 Upah Tenaga Kerja

Di setiap tahapan proses produksi, tenaga kerja memiliki upah yang berbeda-beda disesuaikan dengan tingkat kesulitan yang dikerjakan. Tukang gores merupakan tenaga kerja yang bergerak dibidang pembuatan pola dan pemotongannya. Upah yang didapat berkisar di antara Rp 6.000,00 sampai Rp 9.000,00 per kodinya untuk bahan baku sintesis, sedangkan jika bahan baku kulit mencapai Rp 10.000,00 sampai Rp 12.000 per kodinya, bergantung tingkat kesulitan yang dikerjakan. Adapun tukang kap atau tukang atas (*upper*) merupakan tenaga kerja yang bergerak dibidang penjahitan dan penempelan bahan kap sepatu. Untuk upah yang diterima berisar di antara Rp 50.000,00 sampai Rp 90.000 per kodinya jika memakai bahan baku sintetis, sedangkan jika memakai bahan baku kulit mencapai Rp 110.000,00 sampai Rp 140.000,00 per kodinya,

bergantung tingkat kesulitan yang dikerjakan. Dan untuk tukang sol atau tukang bawah (*bottom*) merupakan tenaga kerja yang bergerak dibidang penyatuan bagian kap sepatu dengan sol sepatu. Pada proses ini, tenaga kerja menerima upah berkisar di antara Rp 30.000,00 sampai Rp 80.000,00 per kodinya untuk bahan sintetis, sedang untuk bahan kulit mencapai Rp 70.000,00 sampai Rp 90.000,00 per kodinya, bergantung tingkat kesulitan yang dikerjakan. Pada tahap terakhir, tukang ramut (*finishing*) berperan untuk merapikan hasil produksi seperti membersihkan lem yang menempel pada bagian kap, memasang asesoris, serta melakukan *packing*, dll menerima upah harian berkisar di antara Rp 25.000,00 sampai Rp 50.000,00, bergantung berat pekerjaan yang dilakukan. Bahkan terkadang untuk mengurangi biaya produksi keluarga pengrajin juga berperan dalam proses *finishing* ini.

Tabel 4.2
Upah Tenaga Kerja Produksi Sepatu Perkodi

No	Tenaga Kerja	Pekerjaan	Upah
1.	Tukang gores	Membuat pola dan momotongnya	Rp 6000 – Rp 12000
2.	Tukang kap	Menjahit pola yang sudah dipotong sesuai model yang sudah ditentukan	Rp 50000 – Rp 140000
3.	Tukang sol	Menggabungkan kap sepatu dan sol sepatu	Rp 30000 – Rp 90000
4.	Tukang ramut	Memeriksa produk sepatu yang sudah jadi dan melakukan <i>packing</i> .	Rp 25000 – Rp 50000

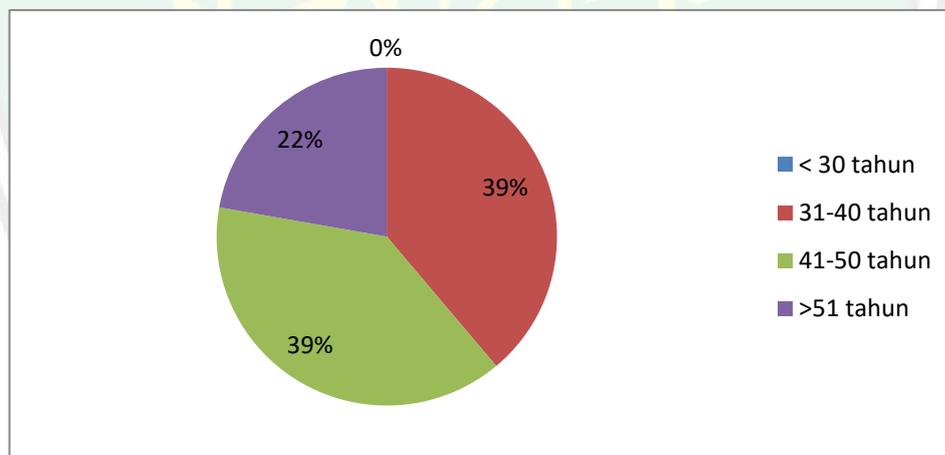
Sumber: Data Primer diolah

4.1.4 Data Responden

1. Usia Responden

Pada penelitian ini, pengrajin pada usia di bawah 30 - 40 tahun dianggap tengah memasuki usia produktif dan berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha. Usia 41 - 50 tahun dianggap telah mapan dalam menjalankan usaha, lalu pada usia di atas 51 tahun responden dianggap memiliki mental dan emosi yang lebih stabil, sehingga bisa lebih konsisten dan berkesinambungan dalam menjalankan usaha serta bisa lebih bertanggung jawab dalam menjalin suatu kemitraan usaha.

Gambar 4.6
Usia Responden



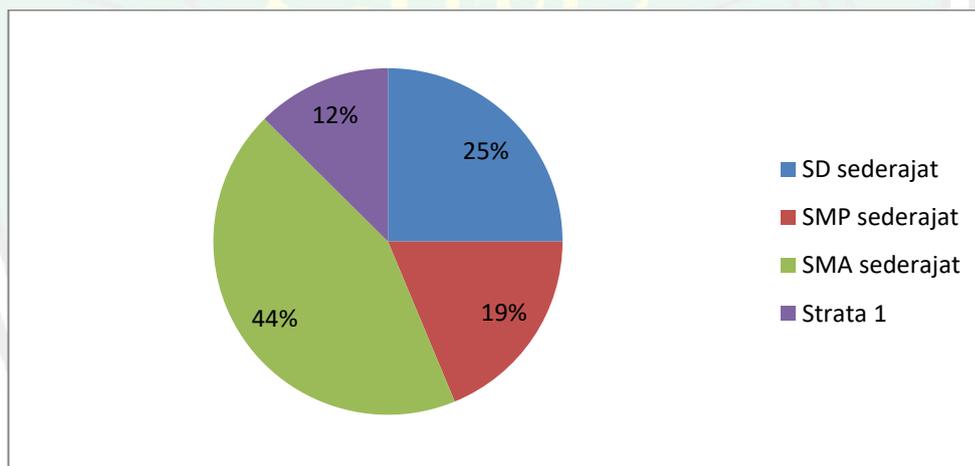
Sumber: Data primer diolah

Gambar 4.1 menyatakan usia dari 15 responden, yaitu sebanyak 39% responden berada pada usia antara 31 – 40 tahun, usia antara 41-50 tahun sebanyak 39% responden, dan usia di atas 50 tahun sebanyak 22% responden. Pada penelitian ini tidak ada responden yang berada di usia 30 tahun. Dan dalam penelitian ini, tidak ada pengrajin yang berada di bawah usia 30 tahun.

2. Pendidikan Responden

Pada penelitian ini, pengrajin yang menjadi responden memiliki akhir tingkat pendidikan yang beragam, ada yang sampai tingkat pendidikan dasar, menengah, atas, dan strata satu. Namun dalam bisnis kerajinan sepatu di sini, tingkat pendidikan tidak terlalu mempengaruhi usaha yang mereka jalankan. Dalam beberapa hal penting seperti manajemen usaha, bentuk organisasi, dan penguasaan teknologi seluruh responden masih melakukannya secara sederhana.

Gambar 4.7
Tingkat Pendidikan Responden



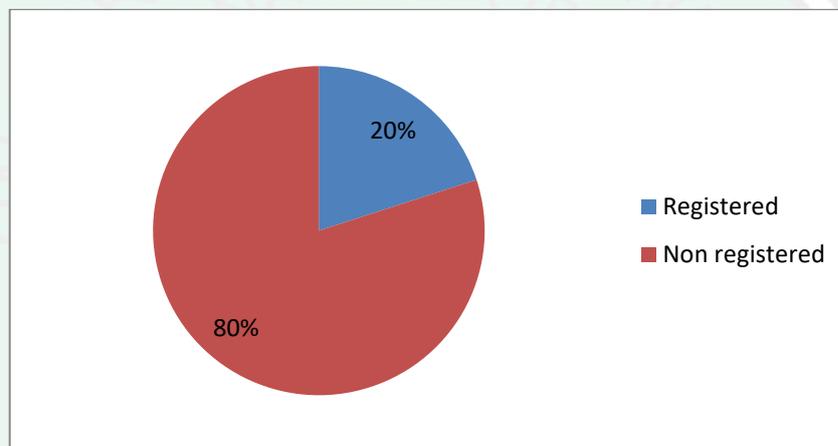
Sumber: Data primer diolah

Gambar 4.2 menyatakan pendidikan dari 15 responden, yaitu sebanyak 25 % responden menempuh jenjang pendidikan hanya sampai sekolah dasar, sedangkan yang menempuh pendidikan sampai tingkat menengah pertama sebesar 19% responden, adapun responden yang telah menempuh jenjang pendidikan tingkat menengah akhir berjumlah 44% responden, dan hanya 12 % responden yang telah menempuh jenjang strata 1.

3. Status Usaha Responden

Pada penelitian ini, terdapat tiga pengrajin yang sudah memiliki badan hukum dalam usahanya yakni hasyim selaku pemilik CV. Lina Jaya, Mas'ad pemilik UD. H Mustofa Jaya, dan Affan selaku pemilik UD. Affan Albadri. Selebihnya pengrajin yang lain belum memiliki badan hukum dalam usahanya.

Gambar 4. 8
Status Usaha Responden



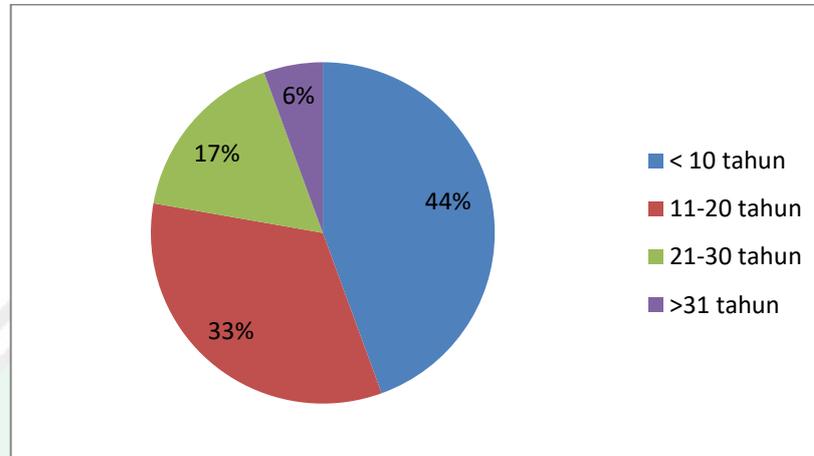
Sumber data : Data primer diolah

Gambar 4.3 menyatakan status usaha dari 15 responden, yaitu hanya 19 % responden saja yang status usaha home industrinya telah berbadan hukum. Dan sisanya sejumlah 81%, status usaha home industrinya belum berbadan hukum.

4. Lama Usaha Responden

Pada penelitian ini, kemitraan yang dijalin oleh pengrajin dengan pihak mitra dilakukan tanpa adanya perjanjian atau kontrak tertulis di atas hukum. Jadi durasi waktu berlangsungnya kemitraan di antara kedua belah pihak tidak bisa ditentukan pada saat permulaan kemitraan ini dibangun. Kedua belah pihak memiliki hak untuk memutus kemitraan jika sudah terjadi ketidakcocokan.

Gambar 4.9
Lama Usaha Responden



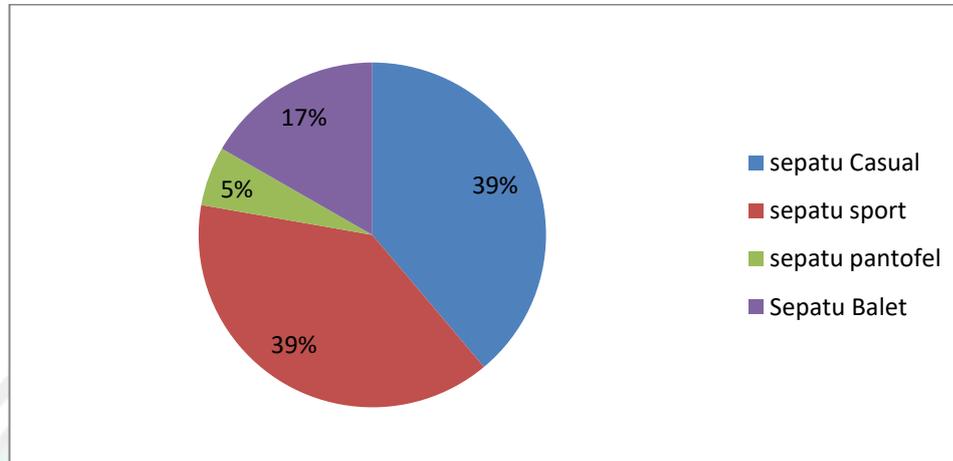
Sumber data : Data primer diolah

Gambar 4.4 menyatakan lama usaha dari 15 responden, yaitu sebanyak 44 % responden melakukan usaha kerajinan sepatu di bawah 10 tahun, sedangkan yang telah melakukan usaha kerajinan sepatu dalam kurun waktu 11-20 tahun sejumlah 33% responden. Adapun yang telah melakukan usaha dalam kurun waktu 21-30 tahun terdapat 17% responden. Dan pengrajin yang telah menjalankan usaha selama lebih dari 30 tahun sejumlah 6% responden.

5. Jenis Produk Responden

Pada penelitian ini, di antara pengrajin yang satu dengan lainnya memiliki jenis produk yang berbeda-beda, hal ini karena mereka memproduksi sepatu sesuai dengan permintaan dari pihak mitra. Ada yang memproduksi sepatu pantofel, casual, sport, maupun balet.

Gambar 4. 10
Jenis Produk Responden



Sumber data : Data primer diolah

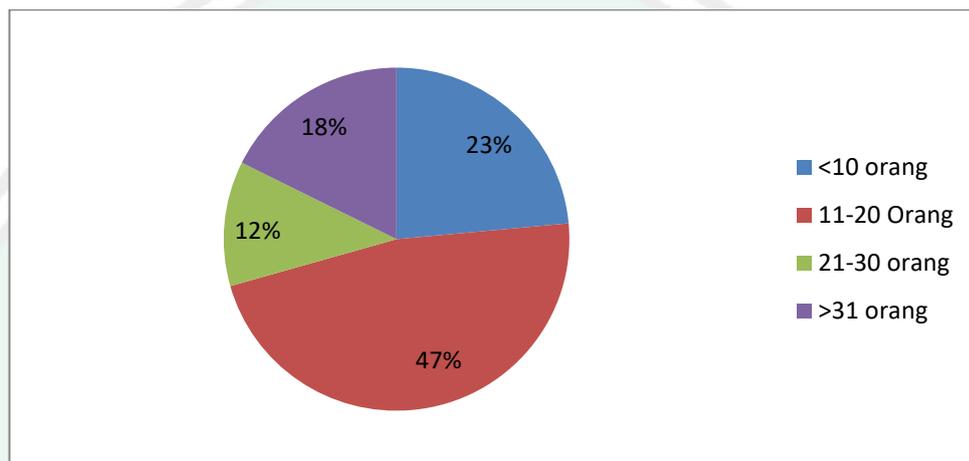
Gambar 4.5 menyatakan jenis produk dari 15 responden, yaitu sebanyak 33 % responden memproduksi jenis sepatu casual dan sepatu sport. Sedangkan yang memproduksi sepatu pantofel hanya 5% responden. Sisanya sebesar 17% responden memproduksi jenis sepatu yang lain.

6. Jumlah Tenaga Kerja Responden

Pada penelitian ini, pengrajin menggunakan tenaga kerja dengan sistem borongan, jadi upah yang dibayarkan berdasarkan produk yang dihasilkan perkodi. Pada kerajinan sepatu, pengrajin mempunyai 4 tipe tenaga kerja yakni tenaga kerja di bagian gores yang bertugas untuk membuat pola dan mengguntingnya, selanjutnya tenaga kerja di bagian kap (*upper*) sepatu yang bertugas untuk menjahit bahan bagian atas sepatu, kemudian tenaga kerja di bagian sol sepatu yang bertugas menggabungkan kap sepatu dengan sol sepatu (biasa disebut sebagai tukang totok), dan tenaga kerja di bagian finishing yang bertugas untuk mengontrol sepatu yang selesai diproduksi dan bertugas untuk

melakukan *packing*. Pada saat proses produksi, untuk proses gores dan finishing biasa dilakukan oleh tenaga kerja perempuan, sedangkan untuk proses kap maupun sol dilakukan oleh tenaga kerja laki-laki.

Gambar 4. 11
Jumlah Tenaga Kerja Responden



Sumber data : Data primer diolah

Gambar 4.6 menyatakan jumlah tenaga kerja dari 15 responden, yaitu sebanyak 23 % responden mempunyai tenaga kerja sejumlah di bawah 10 orang, sedangkan pengrajin yang memiliki tenaga kerja berjumlah di antara 11 sampai 20 orang 47% responden. Adapun terdapat 12% responden yang memiliki jumlah tenaga kerja di antara 21 sampai 30 orang. Dan sisanya, sejumlah 18% responden memiliki jumlah tenaga kerja di atas 30 orang.

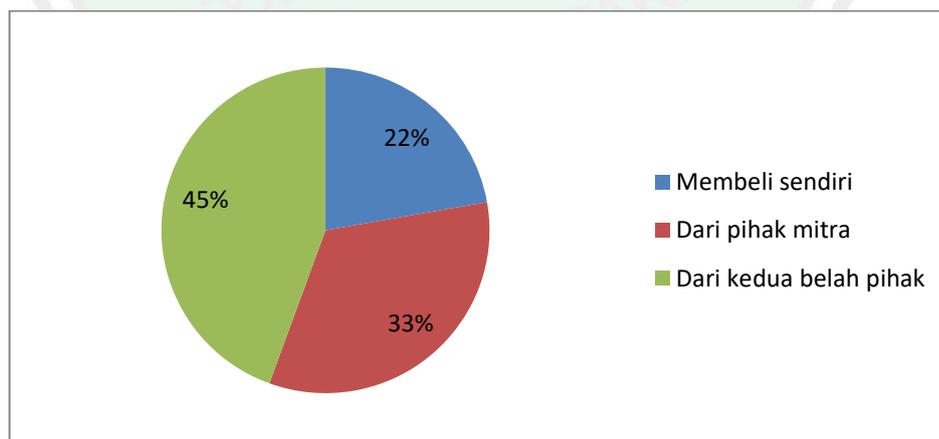
Jika mengacu pada pendapat dari BPS, maka bentuk usaha kecil menengah dari pengrajin yang menjadi responden dalam penelitian ini bisa diklasifikasikan menjadi dua bentuk, yakni bentuk usaha kecil dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang dan bentuk usaha menengah dengan jumlah 20-99 orang. Dalam penelitian ini yang termasuk kategori sebagai usaha kecil ada 10 pengrajin, dan sisanya 8

pengrajin termasuk kategori sebagai usaha menengah dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang.

7. Penyediaan Bahan Baku Responden

Pada penelitian ini, penyediaan bahan baku produksi sepatu pengrajin bergantung dengan siapa mereka bermitra. Jika bermitra dengan pabrik, pengrajin membeli bahan baku sendiri untuk produksi sepatu dan untuk memperlancar proses produksi pengrajin bisa meminta uang muka sebesar 30%. Namun jika bermitra dengan grosir terdapat beberapa model penyediaan bahan baku, ada pengrajin yang mendapat seluruh bahan baku dari pihak mitra, ada pengrajin yang membeli sendiri bahan baku, dan ada pengrajin yang hanya mendapat sebagian bahan baku untuk produksi sepatu (dalam hal ini adalah bahan baku kap sepatu dan sol sepatu). Dan jika bermitra dengan juragan sepatu, pengrajin mendapat seluruh bahan baku dari pihak mitra untuk proses sepatu.

Gambar 4.12
Penyediaan Bahan Baku Responden



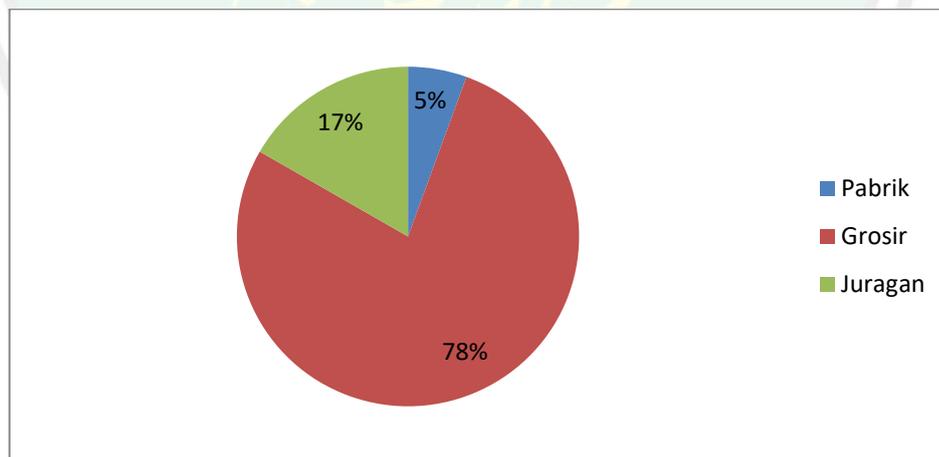
Sumber data : Data primer diolah

Gambar 4.7 menyatakan penyediaan bahan baku dari 15 responden, yaitu sebanyak 22 % responden penyediaan bahan baku produksi dilakukan dengan membeli sendiri, sedangkan penyediaan bahan baku yang diperoleh dari pihak mitra sejumlah 33% responden. Dan sisanya 45% responden penyediaan bahan baku berasal dari kedua belah pihak.

8. Pihak Mitra Responden

Pada penelitian ini, pengrajin menjalin hubungan kemitraan dengan pihak mitra secara mandiri tanpa ada peran dari pemerintah, sehingga di antara pengrajin yang satu dengan lainnya memiliki pihak yang berbeda-beda. Ada pengrajin yang bermitra dengan pabrik yakni PT Star Indonesia, ada pihak yang bermitra dengan grosir, dan juga ada pengrajin yang bermitra dengan juragan.

Gambar 4.13
Pihak Mitra Responden



Sumber data : Data primer diolah

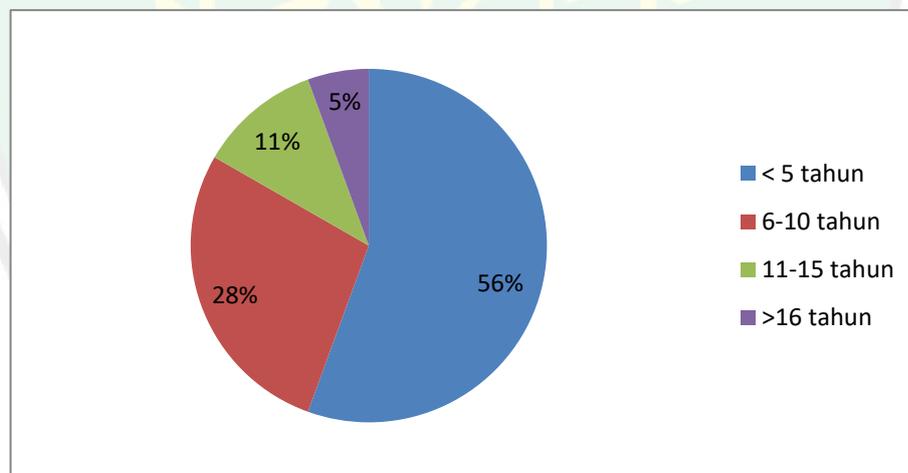
Gambar 4.8 menyatakan pihak mitra dari 15 responden, yaitu sebanyak 5 % responden bermitra dengan pabrik, sedangkan yang bermitra dengan grosir

sebesar 78% responden. Dan 17% responden bermitra dengan pengrajin lainnya yang skalanya lebih besar.

9. Lama Bermitra Responden

Pada penelitian ini, Pengrajin yang sudah lama menjalankan bisnis kerajinan sepatu relative sudah menjalankan kemitraan dalam jangka waktu yang lama pula. Hal mendasar kenapa pengrajin lebih suka menjalin kemitraan adalah karena permintaan produksi sepatu lebih stabil dalam jumlah yang cukup tinggi, kemudahan akses permodalan dan yang paling penting pemasaran produk sepatu dilakukan oleh pihak mitra.

Gambar 4.14
Lama Bermitra Responden



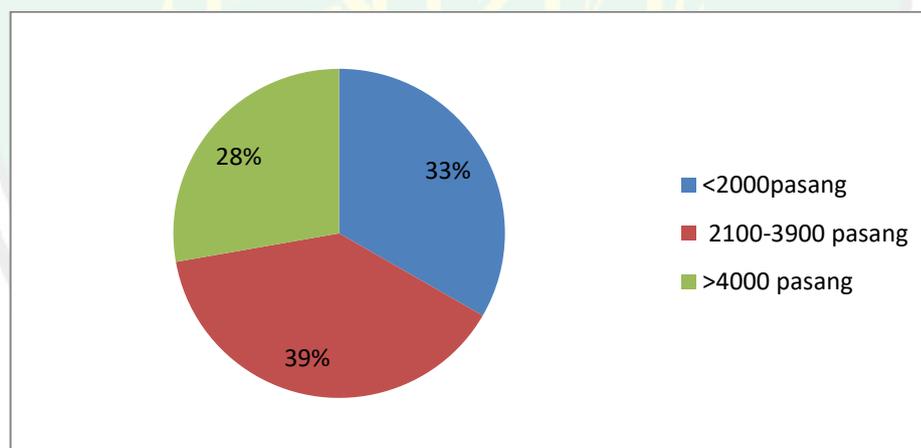
Sumber data : Data primer diolah

Gambar 4.9 menyatakan lama bermitra dari 15 responden, yaitu sebanyak 56 % responden melakukan kemitraan di bawah 5 tahun, sedangkan yang bermitra dalam kurun waktu 6-10 tahun sebesar 28 % responden, dan 11% responden yang bermitra dalam kurun waktu 11-15 tahun. Sisanya, sejumlah 5% responden sudah bermitra selama lebih dari 16 tahun.

10. Target Produksi Responden dalam Bulanan

Pada penelitian ini, jumlah target produksi yang diterima oleh pengrajin bergantung dengan siapa mereka bermitra. Pengrajin yang bermitra dengan PT Star Indonesia mendapat pesanan sebesar 9000 pasang sepatu dalam sebulan. Pengrajin yang bermitra dengan grosir bisa mendapat pesanan berkisar di antara 800 – 7200 pasang sepatu dalam sebulan. Dan pengrajin yang bermitra dengan juragan bisa mendapat pesanan berkisar di antara 800 – 1200 pasang sepatu dalam sebulan. Dalam hal ini, semakin besar jangkauan pemasaran pihak mitra semakin besar pula target produksi sepatu yang diterima pengrajin.

Gambar 4.15
Target Produksi Responden dalam Bulanan



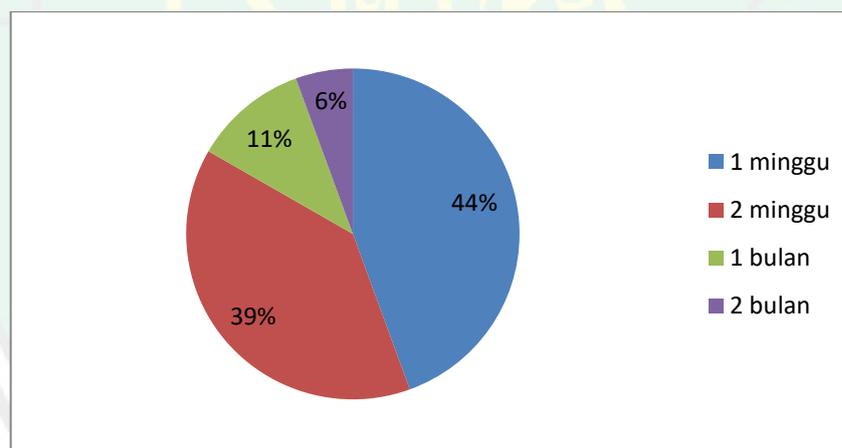
Sumber data : Data primer diolah

Gambar 4.10 menyatakan target produksi dari 15 responden, yaitu sebanyak 33 % responden menerima rata-rata target produksi di bawah 2000 pasang, sedangkan yang mendapat rata-rata target produksi sebanyak 2100 sampai 3900 pasang 39% responden, dan responden yang menerima rata-rata target produksi sebanyak lebih dari 4000 pasang sebesar 28 %.

11. Tempo Pembayaran yang Diterima Responden

Pada penelitian ini, seluruh pihak mitra tidak membayar hasil produksi sepatu pengrajin secara kontan. Mereka memberi tempo waktu tertentu untuk melakukan pelunasan, ada yang melunasi dalam tempo waktu satu minggu, dua minggu, satu bulan dan dua bulan. Namun dalam setiap minggunya, saat pengrajin melakukan pengiriman, pihak mitra juga memberikan sebagian pembayaran yang digunakan pengrajin untuk membayar tenaga kerja ataupun pembelian bahan baku.

Gambar 4.16
Tempo Pembayaran yang Diterima Responden



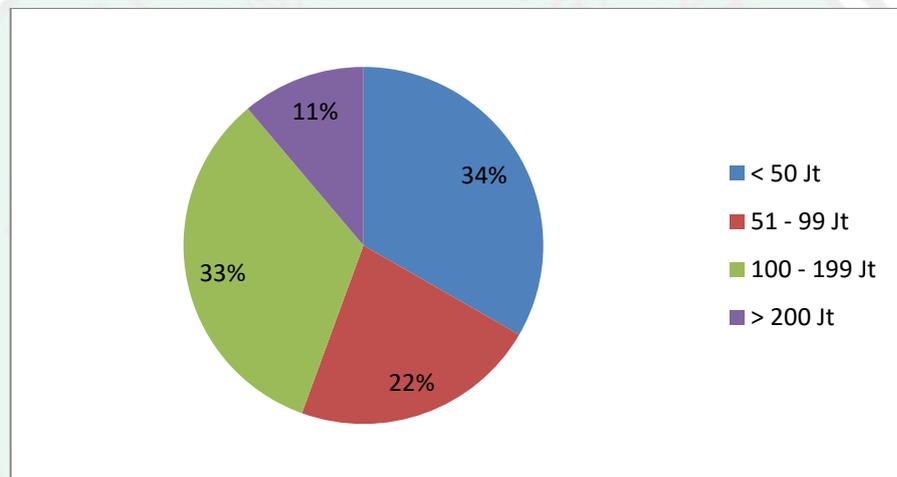
Sumber data : Data primer diolah

Gambar 4.11 menyatakan metode pembayaran dari 15 responden, yaitu sebanyak 47 % responden mendapat pelunasan pembayaran dalam waktu satu minggu. Sejumlah 37% responden pembayarannya dilunasi dalam tempo 2 minggu. Responden yang dilunasi pembayarannya selama 1 bulan berjumlah 11%. Dan hanya 5% responden yang pembayarannya dilunasi dalam tempo 2 bulan.

12. Rata – Rata Penjualan Pejualan

Pada penelitian ini, para pengrajin mengaku bahwa dengan menjalin kemitraan, mereka bisa melakukan penjualan secara stabil. Hal ini berbeda dengan saat menjalankan usaha secara mandiri, yang mana tingkat penjualannya berjalan secara fluktuatif.

Gambar 4.17
Rata-rata Penjualan Responden



Sumber data : Data primer diolah

Gambar 4.12 menyatakan rata-rata penjualan dari 15 responden, yaitu sebanyak 34% responden melakukan transaksi penjualan di bawah 50 Jt, sedangkan yang melakukan transaksi penjualan di antara 51 Jt sampai 99 Jt berjumlah 22% responden, dan 33% responden yang melakukan transaksi penjualan di antara 100 Jt sampai 199 Jt. Adapun sisanya, 11% responden melakukan transaksi penjualan di atas 200 Jt.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Implementasi Pola Kemitraan Pengrajin Sepatu dan Pihak Mitra

Pada penelitian ini, terkait pola kemitraan yang dilakukan, terdapat dua pihak yang saling berhubungan yakni pihak pengrajin dan pihak mitra. Adapun yang menjadi pihak mitra dalam penelitian ini adalah pabrik, grosir, juragan dan pengepul kap sepatu. Jika dilihat dari peran masing-masing pihak, setidaknya terdapat dua pola kemitraan yang dijalin oleh pengrajin dengan pihak mitra, yakni pola kemitraan subkontrak, dan pola kemitraan dagang.

a. Pihak pertama, yakni pihak mitra

Pada penelitian ini, ada dua macam jenis pihak mitra. Pertama, pihak mitra yang memasarkan hasil produk pengrajin sepatu dengan atau tanpa memberi bantuan modal. Kedua, pihak mitra yang mengerjakan salah satu mata rantai proses produksi sepatu, dalam hal ini pihak mitra mengerjakan kap sepatu.

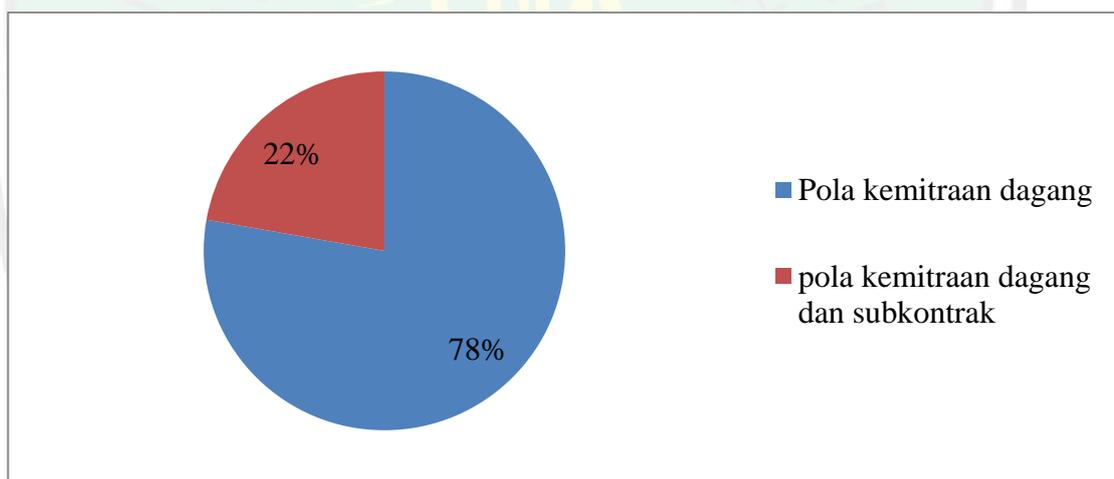
b. Pihak kedua, yakni pihak pengrajin sepatu.

Seperti halnya pihak mitra, pada penelitian ini terdapat dua macam jenis pengrajin yang menjalin kemitraan. Pertama, pihak pengrajin yang hasil produknya dipasarkan oleh pihak mitra baik setelah mendapat bantuan modal ataupun tidak. Kedua, pihak pengrajin yang menyerahkan salah satu mata rantai produksinya kepada mitra.

Dalam UU No 9 Thn 1995 dijelaskan bahwa pola kemitraan dagang adalah hubungan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha

besar, yang di dalamnya usaha menengah atau usaha besar memasarkan hasil produksi usaha kecil atau usaha kecil memasok kebutuhan yang diperlukan oleh usaha menengah atau usaha besar mitranya. Dan pola kemitraan subkontrak adalah Pola Subkontrak adalah hubungan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar, yang dalam hubungan kemitraan usaha kecil memproduksi komponen yang diperlukan oleh usaha menengah atau usaha besar sebagai bagian dari produksinya.

Gambar 4.18
Pola Kemitraan yang terjalin



Sumber : Data Primer diolah

Pada gambar 4.2 di jelaskan bahwa dalam penelitian ini seluruh pengrajin yang menjadi responden menerapkan pola kemitraan dagang. Bahkan ada pengrajin yang menerapkan dua pola kemitraan sekaligus. Sebagian besar pengrajin menjalin pola kemitraan dagang dengan beberapa pihak mitra, yakni pabrik, grosir, dan juragan. Dan beberapa pengrajin juga menjalin pola kemitraan subkontrak dengan pihak mitra yakni pengepul. Kemitraan yang terjalin di antara pengrajin dan pihak mitra berlangsung secara mandiri, tidak melalui peran dari

pemerintah. Lahirnya kemitraan ini, berawal dari saling kenalinya pengrajin dengan pihak mitra, kemudian dengan dasar rasa saling percaya serta mampunya pengrajin dalam memenuhi kebutuhan pihak mitra, maka hubungan kemitraan ini bisa berlangsung. Lebih lanjut, hubungan kemitraan yang terjalin di antara kedua belah pihak tidak diikat dengan perjanjian resmi di atas hukum atau tidak menggunakan MOU dan untuk durasi jangka waktu lamanya bermitra tidak bisa ditentukan pada saat awal mula hubungan kemitraan ini dimulai. Kedua belah pihak memiliki hak yang sama untuk mengakhiri kemitraan yang terjalin jika memang dirasa sudah ada ketidakcocokan.

Pelaksanaan teknis kemitraan ini dilakukan tidak secara tertulis yang mencakup beberapa aspek yakni penyediaan bahan baku, model sepatu, target produksi dan metode pembayaran. Karena pada penelitian ini pihak mitra tidak hanya tertentu pada satu instansi/organisasi/perorangan, sehingga membuat pelaksanaan teknis kemitraan di antara satu pengrajin dengan yang lainnya memiliki perbedaan sesuai berdasarkan dengan siapa mereka bermitra.

Tabel 4.3
Aspek dan Pelaksanaan Tekhnis Kemitraan

NO	Pihak Mitra	Aspek	Pelaksanaan Teknis
1.	Pabrik	- Penyediaan bahan baku	Pengrajin membeli sendiri dan bisa meminta uang muka pembayaran sebesar 30 %
		- Model sepatu	Sport dan casual
		- Target Produksi	6000 - 9000 pasang perbulan
		- Metode Pembayaran	Dalam tempo 2 bulan
2.	Grosir	- Penyediaan bahan baku	Ada pengrajin yang membeli sendiri, ada yang dari pihak mitra, dan ada yang dari kedua belah pihak.
		- Model sepatu	Casual, pantofel, dan balet.
		- Target Produksi	800-7200 pasang perbulan
		- Metode Pembayaran	Ada yang ditempo 1 minggu, 2 minggu, dan 1 bulan.
3.	Juragan	- Penyediaan bahan baku	Dari pihak mitra
		- Model sepatu	Sport dan Casual
		- Target Produksi	800-1200 pasang perbulan
		- Metode Pembayaran	Dalam tempo 1 minggu
4.	Pengepul kap sepatu	- Penyediaan bahan baku	Dari pengrajin sepatu
		- Model sepatu	Sport dan casual
		- Target Produksi	500 - 3000 pasang perbulan
		- Metode Pembayaran	Satu minggu sekali

Sumber : Data primer diolah

Pada tabel 4.2 dijelaskan bahwa karena di antara satu pengrajin dengan yang lainnya tidak hanya bermitra pada satu instansi/organisasi/perorangan tertentu, maka dalam pelaksanaan teknis proses kemitraan di antara kedua belah pihak memiliki perbedaan dalam beberapa aspek yakni tentang penyediaan bahan baku, model sepatu yang diproduksi, jumlah target produksi, dan metode pembayaran.

Jika bermitra dengan pabrik, dalam hal penyediaan bahan baku pengrajin membeli sendiri dan untuk memperlancar proses produksi ia bisa meminta uang

muka pada pabrik sebesar 30%. Untuk penentuan model sepatu yang diproduksi ditentukan oleh pihak mitra dan dalam sebulan pengrajin bisa memproduksi 6000 – 9000 pasang sesuai dengan permintaan dari pihak mitra. Dan untuk masalah pelunasan pembayaran pengrajin mendapat giro dari pihak mitra dalam tempo 2 bulan. Dalam wawancara dengan Juanda (7/10/2016) selaku pengrajin yang menjalin kemitraan dengan pabrik ia menjelaskan bahwa

“Jadi ada orang dari pihak sana (PT Star Indonesia) ke sini untuk melakukan pesanan sepatu sebesar 6000 – 9000 pasang dikerjakan dalam waktu sebulan, tapi setiap minggu produk yang sudah jadi saya kirimkan ke sana. Bahan baku saya membeli sendiri, untuk bahan kap dan sol saya membelinya di tanggerang karena di sini (Mojokerto) belum ada bahan yang sebagus di sana dan ketika tidak punya uang untuk belanja saya bisa meminta uang muka (dari sana dikasihnya 30%). Yang saya produksi ini sepatu sport merk Canio, PT Star itu kan punya banyak merk seperti Ardiles, King Star dll. Yang menentukan model sepatu yang diproduksi ya dari sana, sebenarnya saya juga bisa mengajukan model baru tapi harus diajukan dan menunggu acc dulu, agak rumit prosesnya. Jadi saya selama ini saya selalu memproduksi sepatu sesuai dengan permintaan model dari sana. Saya sudah 4 tahun terakhir ini bermitra dengan PT Star, sebelum kerjasama sama sana, saya juga sudah pernah berganti-ganti mitra. Mengenai pelunasan pembayaran, pihak sana memberi giro dalam tempo 2 bulan, meskipun begitu tetap enak karena PT Star kan sudah punya nama (terkenal) jadi gironya bisa ditukarkan.”

Adapun pengrajin yang bermitra dengan pihak grosir memiliki keberagaman dalam pelaksanaan teknis proses kemitraannya. Dalam penyediaan bahan baku semisal ; ada pengrajin yang membeli sendiri, ada pengrajin yang mendapat bahan baku dari pihak mitra, dan ada pengrajin yang sebagian bahan baku membeli sendiri dan sebagian yang lain diperoleh dari pihak mitra. Untuk penentuan model juga begitu, ada yang ditentukan pihak mitra, ada yang model sepatu dari pengrajin dan ada yang bisa dari kedua belah pihak. Sementara dari jumlah target produksi yang bisa diterima oleh pengrajin jika bermitra dengan grosir berkisar di antara 800 – 7200 pasang sepatu dalam sebulan. Untuk

pelunasan pembayaran, ada grosir yang memberi tempo dalam waktu seminggu, dua minggu dan satu bulan. Dalam wawancara dengan Mas'ad (2/10/2016) ia mengatakan bahwa

“ini kan saya melanjutkan bisnis dari orang tua, ya sekarang kerjasama dengan grosir, dulu sebelumnya juga pernah berganti-ganti juragan, sini juga pernah memproduksi produk dari Bata. Kalau kerjasama sama grosir ini, untuk produksi sepatu sebagian bahan bakunya saya dapat dari pihak sana (sol dan bahan kap), dan sebagian yang lain saya belanja sendiri. Kalau lagi ramai pesanan, dalam perbulannya saya dapat permintaan 7200 pasang sepatu, dan dalam 3 hari sekali, saya melakukan pengiriman sebesar 900 pasang ke sana (pihak mitra). Untuk model sepatu yang diproduksi bisa dari saya dan juga bisa dari sana, jadi kita selalu melakukan komunikasi agar bisa mengetahui produk mana sekarang yang lagi ramai dipasaran. Di akhir setiap minggu, pihak sana juga memberikan sebagian pembayaran untuk pembayaran sisanya dilunasi dalam waktu sebulan berikutnya.”

Di lain waktu dan tempat, saat wawancara dengan Mahsun (2/10/2016) yang juga bermitra dengan grosir, ia mengatakan bahwa

“pada awal usaha saya berdiri sendiri, modal maupun pemasaran saya lakukan secara mandiri, terus seiring berjalannya waktu saya melakukan kerjasama dengan grosir, karena sekarang usaha sepatu persaingannya semakin berat, sekarang banyak yang sudah bisa buka usaha sendiri. Kalau kerjasama dengan grosir, saya mendapat pasokan bahan baku berupa sol sepatu dan bahan pembuatan kap, untuk bahan lainnya seperti lem, latek, bontek, benang, spon, dll, saya beli sendiri. Model sepatu yang diproduksi ditentukan dari sana, saya juga bisa menawarkan model baru yang sekiranya sedang ramai dipasaran. Dalam sebulan saya bisa mendapat permintaan sekitar 1600 – 2400 pasang. Dalam setiap minggu sekali kadang sampai dua kali, saya melakukan pengiriman produk yang sudah jadi. Pada saat itu juga pihak sana memberikan sebagian pembayaran yang saya gunakan untuk memberi upah tenaga kerja. Dan pelunasan pembayaran dilakukan dua minggu berikutnya.”

Pola kemitraan dagang yang dijalin oleh pengrajin dengan pihak mitra telah memberikan kemudahan bagi pengrajin dalam akses permodalan dan aspek pemasaran. Pada dasarnya, pola kemitraan dagang merupakan bentuk kerjasama perusahaan menengah atau perusahaan besar untuk membeli produk atau mengadakan produk dari perusahaan kecil, untuk dijual kembali. Hal ini memiliki

kemiripan dengan konsep pola kemitraan tahap sederhana (pemula) yang dikemukakan oleh Hafsah (2000:33) yakni Perusahaan/pengusaha besar memberikan bantuan atau kemudahan memperoleh permodalan untuk mengembangkan usaha dan pengusaha usaha kecil yang menjadi mitra mempunyai kewajiban untuk memasokkan hasil produksinya kepada pengusaha besar mitranya dengan jumlah dan standar mutu sesuai dengan standar yang telah disepakati bersama.

Pada penelitian ini, jika pihak mitra semakin luas dalam penguasaan pasar, maka akan berdampak pada kuantitas jumlah produksi dan penjualan produk pengrajin yang menjalin pola kemitraan dagang tersebut. Hal tersebut karena semakin luas penguasaan pasar pihak mitra, maka semakin banyak pula pesanan produksi dan penjualan yang diterima oleh pengrajin. Pengrajin yang menjalin kerjasama dengan pabrik dalam sebulan menerima pesanan rata-rata 6000 - 9000 pasang sepatu. Sementara pengrajin yang bekerjasama dengan grosir paling banyak mendapat orderan 800 – 7200 pasang perbulan. Dan pegrajin yang bekerjasama dengan pengrajin lainnya (juragan) namun dengan skala yang lebih besar rata-rata satu bulan mendapat pesanan 800 – 1200 pasang.

Sedangkan pengrajin yang bermitra dengan pengepul memiliki pola kemitraan yang berbeda dari yang sebelumnya, kalau yang sebelumnya adalah pola kemitraan dagang, di sini pola yang diterapkan adalah pola kemitraan subkontrak. Dalam pelaksanaannya, pengepul mengerjakan penjahitan kap (*upper*) sepatu yang menjadi salah satu mata rantai proses produksi sepatu. Dalam pelaksanaan teknisnya, pengrajin yang menyediakan seluruh bahan yang

diperlukan untuk pembuatan kap (*upper*) sepatu, untuk model yang dikerjakan pengrajin yang menentukan, dan pembayaran upah ke pengepul dilakukan seminggu sekali.

Dengan menjalain kemitraan subkontrak, proses produksi pengrajin bisa menjadi lebih ringan serta kualitas bisa lebih terjaga terutama saat pesanan sepatu ramai. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Mas'ad saat mewawancarainya (2/10/2016)

“untuk memenuhi target pesanan sepatu dari sana (grosir), sebagian kebutuhan pembuatan kap saya serahkan kepada pengepul, dengan begitu proses pengerjaannya menjadi lebih cepat dan kualitas hasilnya bisa lebih terjaga”

Jika melihat bagaimana bentuk implementasi kemitraan yang terjalin di antara kedua belah pihak, maka dalam pandangan hukum Islam kemitraan tersebut merupakan hal yang diperbolehkan. Namun terdapat perincian akad karena memang di antara pengrajin memiliki bentuk implementasi yang berbeda-beda.

Jika pengrajin membeli bahan baku sendiri maka hal ini dikategorikan sebagai akad *istisna'*. Di sini pihak mitra melakukan pesanan produk sepatu secara perinci mengenai model, waktu penyelesaian, dan harga. akad *istisna'* ini termasuk akad yang diperbolehkan karena dinilai memiliki kemiripan dengan akad *salam*, hanya saja dalam akad *istisna'* pembayaran barang yang dipesan bisa dibayar secara tempo maupun angsuran, sedangkan dalam akad *salam* pembayarannya dilakukan di muka. Dasar hukum akad *istisna'* adalah sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya” (QS. Al-Baqarah : 282)

Namun jika pengrajin mendapat pasokan bahan baku, maka hal semacam ini bisa diarahkan kepada akad *ijarah* yang bersifat pekerjaan atau jasa. Jadi di sini pengrajin hanya sebagai pekerja dari pihak mitra. Adapun dasar hukum istisna' adalah

هٰن رَاٰوٰهٰنَّ وَاٰفَا لَكُم اَرَضَعَن فَاِن

“Kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak) mu untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya” (Q.S At-Thalaq : 6)

Dan terlepas dari bentuk pola kemitraan yang dilakukan, baik itu pola kemitraan dagang maupun pola kemitraan subkontrak, Kemitraan yang terjalin telah membentuk jaringan usaha di antara kedua belah pihak, sehingga hubungan tersebut memberikan manfaat bagi pihak pengrajin maupun pihak mitra, seperti pihak pengrajin yang mendapat akses permodalan maupun pemasaran dan pihak mitra bisa menekan biaya produksi, karena produknya dikerjakan oleh pengrajin *home industry*. Hal ini sesuai dengan teori dari Hafsah (2000:43) yang menjelaskan bahwa kemitraan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Kerjasama yang dikembangkan melalui kemitraan telah memberikan beberapa manfaat bagi pengrajin maupun pihak mitra.

Dalam wawancara dengan Ripin (8/10/2016), ia mengatakan bahwa

“dengan menjalin kerjasama, usaha saya sekarang bisa lebih stabil. Hal ini karena pesanan sepatu dari pihak mitra berjalan lancar, meskipun terkadang mengalami penurunan pesanan tapi jumlah penurunan tersebut tidak banyak. Sehingga pendapatan yang saya peroleh menjadi lebih jelas.”

Hubungan dalam bentuk kemitraan yang terjalin di antara pihak yang bermitra, tidaklah terjadi dalam posisi satu arah, tetapi sebaliknya saling berinteraksi positif. Sudibyo dalam Saparuddin dan Basri (2001:166) mengatakan bahwa untuk meningkatkan kemajuan usaha kecil, terutama mengecilkan kesenjangan antara usaha kecil menengah dengan usaha besar, semua pihak harus berpartisipasi, harus ada partisipasi pengusaha besar, juga pengusaha kecil.

Lebih lanjut Marzuki dalam Saparuddin dan Basri (2001:167) menjelaskan bahwa agar kemitraan di antara usaha besar dengan usaha kecil dan dapat berlangsung secara alamiah dan langgeng, maka dalam menjalin hubungan bisnis didasarkan pada kaidah-kaidah bisnis sebagai berikut:

1. Saling menguntungkan, dan saling membutuhkan,
2. Berorientasi pada peningkatan daya saing,
3. Memenuhi aspek:
 - a. Harga yang bersaing dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pihak lain
 - b. Kualitas atau mutu yang baik sesuai dengan yang diperjanjikan,
 - c. Kuantitas, yaitu dapat memenuhi jumlah yang ditentukan,
 - d. Delivery, yaitu pemenuhan penyerahan barang/jasa tepat waktu sesuai yang disepakati.

4. Ada kesediaan dari pihak usaha besar untuk melakukan pembinaan terhadap usaha kecil sebagai mitra usahanya.

Namun dalam penelitian ini, kaidah bisnis yang no. 4 tentang kesediaan dari pihak usaha besar untuk melakukan pembinaan terhadap usaha kecil sebagai mitra usahanya tidak terlaksanakan. Jadi proses kemitraan yang terjalin di antara pengrajin dan pihak mitra memang murni didasarkan pada kepentingan bisnis bukan untuk benar-benar menggali potensi usaha yang dimiliki oleh pengrajin. Meskipun demikian, dari kemitraan ini pengrajin masih tetap diuntungkan. Dalam wawancara dengan Rouf (11/10/2016) ia mengatakan bahwa

“jadi model kerjasamanya sebatas mereka pesan kita bikin, bahan dari mereka, setelah barang jadi kita kirimkan kepada mereka. Kalau kerjasama begini, setiap bulan selalu ada saja pesanan, jadi setiap hari selalu bisa berproduksi, dan setelah produk jadi, produk di kirim ke sana (pihak mitra) dalam jangka waktu mingguan. Masalah pembinaan dan pelatihan tidak ada. Umumnya ya seperti ini model kerjasama yang dilakukan oleh pengrajin di Mojokerto”

4.2.2 Dampak Kemitraan terhadap Pendapatan Pengrajin

Dalam penelitian ini, pengrajin yang menjalin kemitraan mendapat kemudahan dalam aspek pemasaran maupun aspek permodalan. Dalam aspek permodalan, pengrajin mendapat kemudahan berupa suplay bahan baku atau pembayaran di muka atas sepatu yang dipesan oleh pihak mitra, hal ini tentunya membuat pengrajin lebih sedikit dalam pengeluaran biaya proses produksi sepatu. Dalam wawancara dengan Fanani (12/10/2016) ia mengatakan bahwa

“dengan melakukan kerjasama seperti ini, untuk memproduksi sepatu saya memerlukan biaya yang lebih sedikit dari pada saat menjalankan usaha sendiri, karena semua bahan baku ditanggung oleh pihak mitra”

Di lain waktu dan tempat, saat wawancara dengan jainul (5/10/2016) ia mengatakan bahwa

“untuk produksi sepatu, saya memang membeli bahan baku sendiri. Namun setiap kali melakukan pengiriman, pihak sana selalu memberikan paling tidak 50% dari uang pembayaran, dan sisanya akan dilunasi minggu depannya. Sebagian pembayaran yang diberikan tadi kemudian saya gunakan untuk melakukan pembayaran tenaga kerja maupun pembayaran bon bahan baku”

Dalam hal ini, bisa disimpulkan bahwa aspek permodalan yang diberikan oleh pihak mitra, hanya sebatas untuk mempermudah dan memperlancar pengrajin dalam proses produksi sepatu, bukan untuk pengembangan usaha yang bisa menggali potensi yang dimiliki oleh pengrajin. Sehingga besar kecilnya pendapatan yang diterima oleh pengrajin bergantung pada jumlah permintaan sepatu yang dilakukan oleh pihak mitra, bukan bergantung pada akses permodalan yang diberikan oleh pihak mitra.

Adapun dari aspek pemasaran, pihak mitra yang melakukannya. Di sini pengrajin hanya tinggal memproduksi sepatu sesuai permintaan dari pihak mitra. Jadi, pihak mitra tidak berperan untuk memperluas jaringan pemasaran pengrajin. Adapun tingkat permintaan sepatu yang diterima oleh pengrajin bergantung pada jangkauan wilayah pemasaran dan penguasaan pasar pihak mitra. Semakin luas jangkauan wilayah pemasaran dan penguasaan pasar pihak mitra, maka semakin besar tingkat permintaan yang diterima oleh pihak mitra. Hal ini bisa dibuktikan dengan adanya fakta bahwa pengrajin yang bermitra dengan pabrik mendapat lebih banyak menerima permintaan produksi dari pada pengrajin bermitra dengan grosir maupun juragan.

Secara umum, para pengrajin memang mengaku dengan menjalin kemitraan, pendapatan yang mereka dapatkan menjadi lebih jelas dan stabil. Seperti pengakuan dari Hasyim (11/10/2016), saat melakukan wawancara dengannya

“dengan menjalin kerjasama, pendapatan yang saya terima bisa lebih jelas dan stabil, karena selalu ada pesanan produk dari pihak sana. Meskipun sebenarnya dengan menjalin kerjasama saya harus menjual produk dengan harga yang lebih murah dari pada saat menjalankan usaha sendiri dulu. Tapi ya begitu, kalau menjalankan usaha sendiri permintaan sepatu tidak bisa selalu ada, kadang ramai dan kadang juga sepi. Soalnya persaingan usaha sepatu sekarang sangat ketat tidak seperti dulu.”

Namun tidak adanya aspek pelatihan dan pengembangan organisasi usaha membuat manfaat kemitraan bagi pengrajin tidak berjalan maksimal, hal ini dikarenakan pengrajin harus menggantungkan keberlangsungan usaha dan pendapatan kepada pihak mitra. Padahal seharusnya dengan menjalin kemitraan, potensi usaha pengrajin bisa tergali dan berkembang.

Aspek pelatihan dan pengembangan organisasi memang sangat penting bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal ini dibuktikan oleh hasil penelitian dari Saparudin dan Basri (2011) yang menyatakan bahwa aspek pembinaan dan pelatihan sumber daya manusia serta aspek keterkaitan manajemen pengelolaan usaha dan organisasi memberikan kontribusi paling besar dibandingkan aspek kemitraan yang lain (aspek pemasaran dan permodalan) terhadap kinerja financial maupun non financial usaha kecil menengah dan koperasi di Kabupaten Jeneponto.

Melihat fenomena yang terjadi, dibutuhkan peran dan perhatian lebih dari pemerintah daerah untuk menjadi fasilitator ataupun menjadi pihak penengah di

antara pengrajin dan pihak mitra agar pelaksanaan kemitraan yang terjalin bisa berjalan dengan semestinya dan benar-benar bermanfaat untuk menggali serta mengembangkan potensi usaha pengrajin secara maksimal.



BAB V

PENUTUP DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

1. Jika melihat peran dari pihak terkait yakni pengrajin dan pihak mitra, maka dalam penelitian ini terdapat dua pola kemitraan yang dilakukan yakni pola kemitraan dagang dan pola kemitraan subkontrak. Adapun terkait Implementasi dari pola kemitraan yang dilakukan mencakup beberapa hal, yakni mengenai suplai bahan baku, tempo pelunasan pembayaran, target produksi, dan model sepatu yang diproduksi. Sedangkan aspek kemitraan yang terlaksana dalam penelitian ini hanya mengenai aspek permodalan dan pemasaran, mengenai aspek pelatihan dan pengembangan pengelolaan usaha tidak ada.
2. Dengan menjalin kemitraan membuat pendapatan pengrajin sepatu di kab. Mojokerto menjadi lebih jelas dan stabil. Namun kemitraan yang berlangsung belum bisa berjalan maksimal, karena di sini pihak pengrajin sangat menggantungkan usahanya terhadap pihak mitra, sehingga perlu adanya peran dan perhatian dari pemerintah untuk menjadi penengah agar kemitraan yang terjalin di antara pihak mitra maupun pengrajin benar-benar bisa maksimal dan menguntungkan kedua belah pihak, khususnya bagi pengrajin.

1.2 Saran

1. Bagi pihak Disperindag dan Dinkop selaku instansi pemerintahan yang menangani UMKM, perlu untuk memberi perhatian dan peranan lebih terhadap para pengrajin sepatu yang menjadi ikon UMKM di Kabupaten Mojokerto. Selain itu diharapkan dinas pemerintah terkait, juga menjadi penengah bagi UMKM dan pihak mitra agar proses kemitraan yang terjalin benar-benar mampu untuk menggali potensi dan mengembangkan usaha para pengrajin sepatu.
2. Bagi pihak mitra, untuk penggalan potensi dan pengembangan usaha pengrajin sepatu tidak cukup hanya memberikan bantuan modal serta kemudahan pemasaran bagi pengrajin. Lebih dari itu, diharapkan bagi pihak mitra juga memberikan pelatihan ataupun pembinaan serta pengembangan usaha bagi para pengrajin, agar kemitraan yang berlangsung di antara pihak mitra dan pengrajin memberikan dampak positif kepada kedua belah pihak secara maksimal.
3. Bagi pihak pengrajin, untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif, saling mendukung, dan menguatkan perlu adanya wadah organisasi ataupun paguyuban yang bisa menjadi forum komunikasi bagi para pengrajin sepatu.
4. Bagi peneliti selanjutnya, agar menambah jumlah pengrajin yang menjadi responden. Selain itu juga agar memfokuskan pembahasan tentang pencarian solusi agar kemitraan yang terjalin di antara pengrajin dan pihak mitra bisa berjalan dengan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Andjioe, Oscar Rynandi & Alkadrie, Syarif Agussaid. 2012. *Analisis Dampak Program Kemitraan terhadap Pemasaran Produk Usaha Kecil dan Menengah pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Kalimantan Barat*. Jurnal EKSOS. Volume VIII, Nomor II.
- Antonio, Muhammad Syafi'I. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi IV*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik (<https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/170> diakses pada 19/08/2016 pukul 08.00)
- Departemen Agama RI. 2006. *Al-quran dan Terjemahannya*. Jakarta: Bumi Restu.
- Disperindag Kabupaten Mojokerto. 2016
- Gie, Kwik Kwan. 1996. *Praktek Bisnis dan Orientasi Ekonomi Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hadi, Abdulah. 2010. *Dasar-Dasar Hukum Ekonomi Islam*. Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2000. *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jurnal Infokop, Volume XX, Nomor XXV.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online (<http://kbbi.web.id/mitra> diakses pada 19/08/2016 pukul 10.10)
- Kemenkop (<http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/> diakses pada 7/08/2016 pukul 09.10)

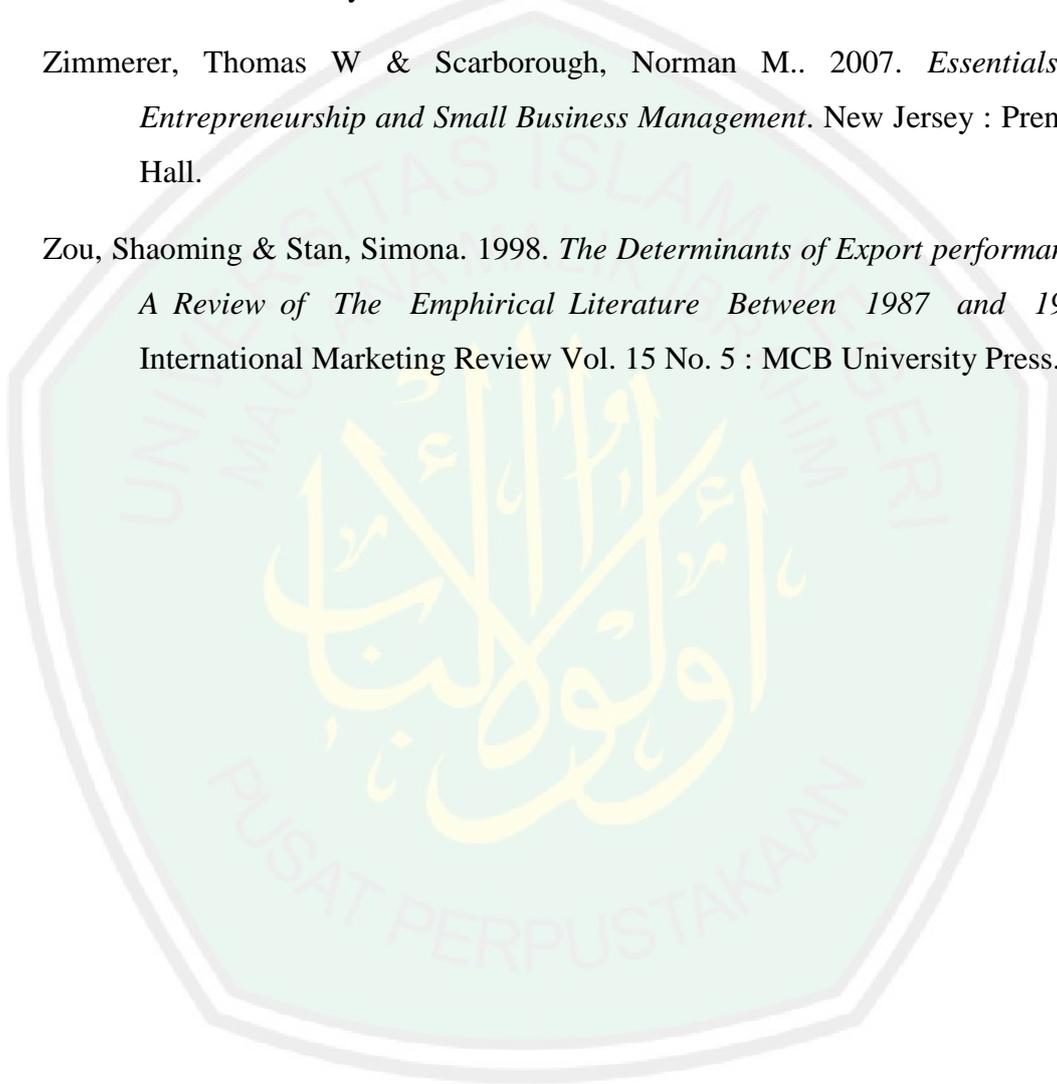
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia : Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Sabiq, Sayyid. 1987. *Fikih Sunnah*. Bandung : PT. AL – Ma'arif.
- Saparuddin, M. & Badodo, Basri. 2011. *Pengaruh Kemitraan Usaha Terhadap Kinerja Usaha Pada UKM dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan*. Jurnal Econosains, Volume IX, Nomor II.
- Marbun. 1996. *Manajemen Perusahaan Kecil*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mubarak, Abu Hazim. 2010. *Terjemah FHATHUL QARIB*. Surabaya : CM Grafika.
- Nawawi, Ismail. 2012. *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Halia Indonesia.
- Nurhidayati, Anik & Maslichan. 2014. *Upaya peningkatan Kinerja yang Berorientasi Kemitraan Lingkungan Pesisir di Kabupaten Rembang Guna Mendukung Pengembangan UMKM Pengolahan Ikan*. Jurnal Potensio, Volume XX, Nomor II.
- Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997
- Pratomo, Titik Sartika & Soedjono, Abd Rachman. 2002. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah & Koperasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Primiana, Ina. 2009. *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta.
- Purnaningsih, Ninuk. 2008. *Model Pengembangan Kelembagaan Kemitraan dan Pemasaran Temulawak di Kota Semarang*. Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia, Volume II, Nomor III.

- Rasjid, Sulaiman. 1994. *Fiqh Islam (Hukum Fiqh Lengkap)*. Bandung : Sinar Baru Algensido
- Simatupang, Richard Burton. 1996. *Aspek Hukum dalam Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo, Heru & Adiatma, Ardian. 2011. *Model Optimalisasi Kemitraan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Badan Usaha Milik Pemerintah (BUMN) Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) untuk Meningkatkan Kinerja UKM*. Jurnal Riptek Vol. V No. II.
- Susanti. Kusnadi, Nunung & Rachmina, Dwi. 2012. *Pengaruh Kemitraan terhadap Produksi dan Pendapatan Usahatani Sayuran*. Jurnal ekonomi, Volume VII, Nomor X.
- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Wie, Thee Kian. 1992. *Dialog Kemitraan dan Keterkaitan Usaha Besar & Kecil dalam sektor Industri Pengolahan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijono, Wiloejo Wirjo. 2005. *Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional: Upaya Kongkrit Memutus Mata Rantai Kemiskinan*.
- Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Wirawan, Made Yudha & Arka, Sudarsana. 2015. *Evektifitas Program Kemitraan BTDC Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Dan Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Di Kabupaten Bandung*. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol. 4 No. 10.

Zimmerer, Thomas W & Scarborough, Norman M.. 2007. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey : Prentice Hall.

Zou, Shaoming & Stan, Simona. 1998. *The Determinants of Export performance: A Review of The Emphirical Literature Between 1987 and 1997*. International Marketing Review Vol. 15 No. 5 : MCB University Press.



LAMPIRAN I
Angket Pengrajin yang Menjadi Responden

Nama :

Alamat :

No Hp :

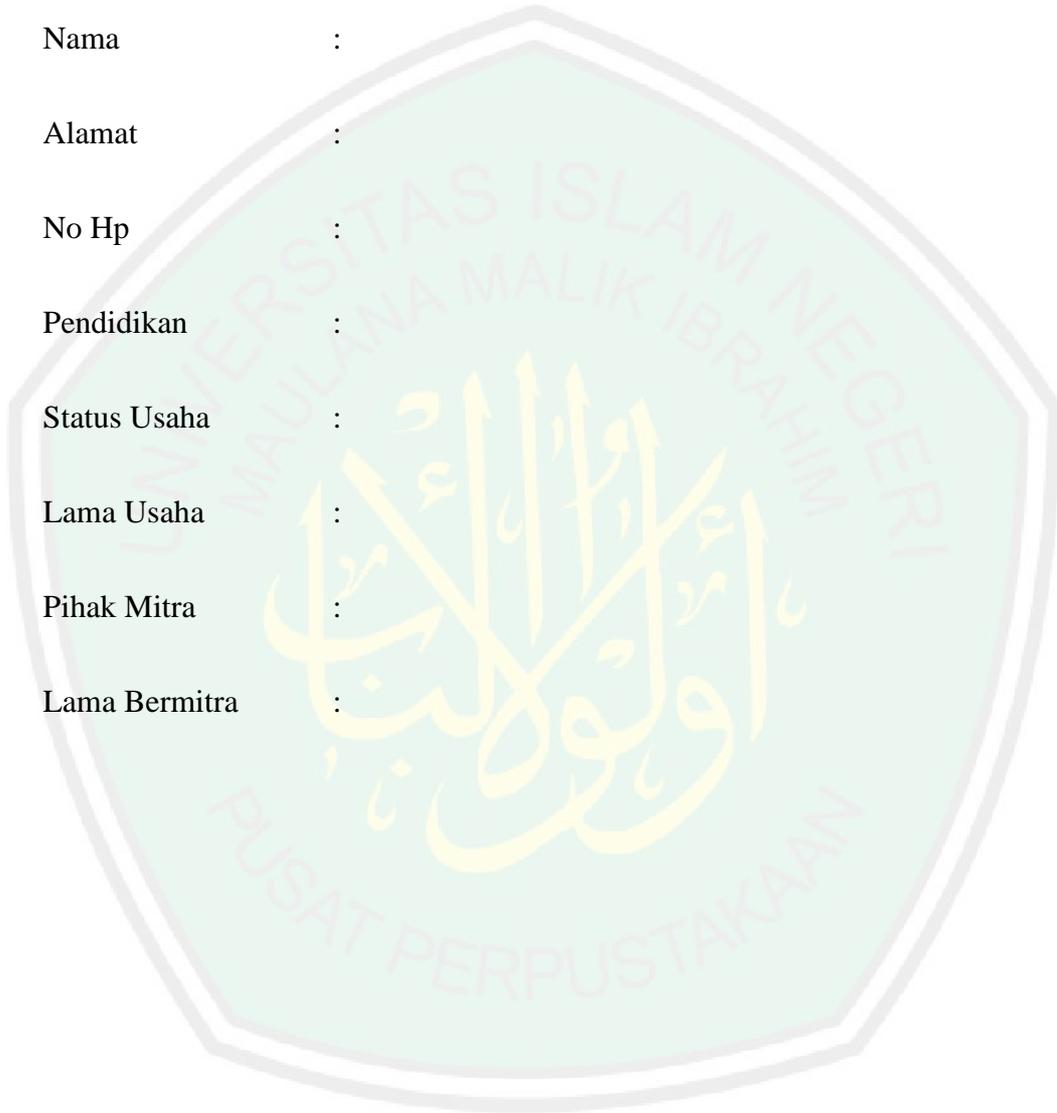
Pendidikan :

Status Usaha :

Lama Usaha :

Pihak Mitra :

Lama Bermitra :



7. Siapakah yang memberikan patokan harga sepatu yang diproduksi?

() Anda

() Pihak mitra

() Ada proses negoisasi

8. Pendapatan

Penjualan per bulan

a. Jumlah penjualan per bulan

=

b. Pendapatan per bulan

=

9. Apa saja keuntungan yang diperoleh dari kerjasama (kemitraan) yang anda lakukan?

10. Apakah konsekuensi yang diterima saat menjalin kerjasama (kemitraan)?

LAMPIRAN 3
Rangkuman Hasil Wawancara

No	Pedoman Wawancara	Rangkuman Hasil Wawancara
1.	Apakah anda sebagai pengrajin sepatu menjalin kerjasama (kemitraan)? Jika iya dengan siapa?	ya, dalam penelitian ini ada pengrajin yang menjalin kemitraan dengan pabrik, grosir, juragan, dan pengepul kap sepatu.
2.	Apa saja syarat terjalinnya kerjasama (kemitraan) ?	Syarat terjadinya kemitraan dalam penelitian ini adalah adanya relasi di antara kedua belah pihak, menerima dan sanggup menjalani kesepakatan yang sudah terjalin.
3.	Saat menjalin kerjasama (kemitraan), apakah anda membeli bahan baku sendiri atau mendapat pasokan?	Dalam penelitian ini, jika bermitra dengan pabrik, maka pengrajin membeli bahan baku sendiri. Jika bermitra dengan grosir, ada pengrajin yang mendapat seluruh bahan baku dari pihak mitra, ada pengrajin yang hanya mendapat sebagian bahan baku, dan ada pengrajin yang membeli bahan baku sendiri. Dan jika bermitra dengan juragan, maka pengrajin mendapat seluruh bahan baku dari pihak mitra.
4.	Berapa jumlah produksi yang ditargetkan?	Pengrajin yang bermitra dengan pabrik bisa mendapat orderan sebesar Jika bermitra dengan grosir, pengrajin bisa mendapat orderan sebesar Dan jika bermitra dengan juragan, pengrajin bisa mendapat orderan sebesar
5.	Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan produksi?	Pengrajin yang bermitra dengan pabrik diberi <i>deadline</i> satu bulan untuk menyelesaikan orderan sepatu. Dan pengrajin yang bermitra dengan grosir maupun juragan, rata-rata mendapat waktu satu minggu untuk menyelesaikan orderan sepatu.
6.	Siapakah penentu model jenis sepatu yang diproduksi?	Pengrajin yang bermitra dengan pabrik, model jenis sepatu ditentukan pihak mitra. Jika pengrajin bermitra dengan grosir, ada

		yang ditentukan pihak mitra, ada yang bisa ditentukan oleh kedua belah pihak. Dan jika bermitra dengan pengepul, maka model jenis produk ditentukan oleh pihak mitra.
7.	Siapakah yang memberikan patokan harga sepatu yang diproduksi?	Semua pengrajin dalam menentukan harga sepatu bisa melalui proses negoisasi dengan pihak mitra.
8.	Pendapatan	
9.	Apa saja keuntungan yang diperoleh dari kerjasama (kemitraan) yang anda lakukan?	Pendapatan pengrajin menjadi lebih jelas dan stabil.
10.	Apakah konsekuensi yang diterima saat menjalin kerjasama (kemitraan)?	Tidak bisa mengambil keuntungan secara maksimal.

LAMPIRAN 4
Profil Responden

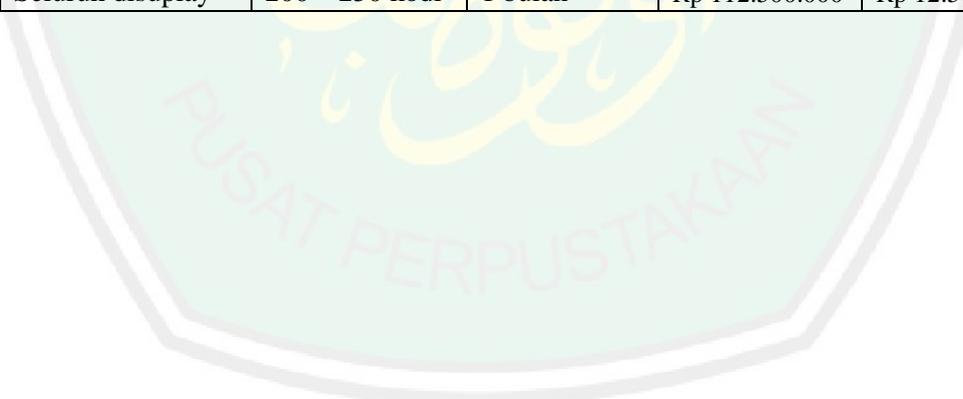
No	Nama Pengrajin	Alamat	No. Telfon
1.	Mas'ad	Dsn. Medali Ds. Medali Kec. Puri	082244443104
2.	Khalim	Dsn. Sumpat Ds. Medali Kec. Puri	081233371599
3.	Mahsun	Dsn. Setoyo Ds. Balongmojo Kec. Puri	081553929074
4.	Jainul	Dsn. Setoyo Ds. Balongmojo Kec. Puri	081216655913
5.	Munir	Dsn. Setoyo Ds. Balongmojo Kec. Puri	085749134504
6.	Ripin	Dsn. Sugihan Ds. Japan Kec. Sooko	085649579796
7.	Shobirin	Dsn. Karangsari Ds. Blimbingsari Kec. Sooko	082232788618
8.	Juanda	Dsn. Karangsari Ds. Blimbingsari Kec. Sooko	082331451828
9.	Ikhwan	Dsn. Setoyo Ds. Setoyo Kec. Puri	085838814631
10.	Fanani	Dsn. Sambiroro Ds. Sambiroto Kec. Sooko	085648417127
11.	Nanang	Dsn. Sambiroro Ds. Sambiroto Kec. Sooko	085730532960
12.	Hasyim	Dsn. Sambiroro Ds. Sambiroto Kec. Sooko	0818596518
13.	Rouf	Dsn. Sambiroro Ds. Sambiroto Kec. Sooko	082131054669
14.	Syamsul	Dsn. Sambiroro Ds. Sambiroto Kec. Sooko	081230261826
15.	Sholeh	Dsn. Sambiroro Ds. Sambiroto Kec. Sooko	085732667066
16.	Rohmat	Dsn. Sambiroro Ds. Sambiroto Kec. Sooko	081515987818
17.	Rofiq	Dsn. Sambiroro Ds. Sambiroto Kec. Sooko	085852926898
18.	Imron	Dsn. Sambiroro Ds. Sambiroto Kec. Sooko	08123128458

LAMPIRAN 5
Profil Usaha Responden

No	Nama Pengrajin	Umur	Pendidikan	Status Usaha	Lama Usaha	Pihak Mitra	Lama Bermitra	Jenis Produk	Tenaga Kerja
1.	Mas'ad	34	S1	UD HM Jaya	30 tahun	Grosir & pengepul	12 tahun	Casual	35 orang
2.	Khalim	32	SMA	<i>Home industri</i>	2 tahun	Juragan	2 tahun	Sport	7 orang
3.	Mahsun	50	SMA	<i>Home industri</i>	22 tahun	Grosir	15 tahun	Casual	12 orang
4.	Jainul	42	MI	<i>Home industri</i>	10 tahun	Grosir	6 tahun	Casual	11 orang
5.	Munir	38	SMA	<i>Home industri</i>	4 tahun	Grosir	2 tahun	Casual	7 orang
6.	Ripin	38	SMA	<i>Home industri</i>	10 tahun	Grosir	7 tahun	Sport	18 orang
7.	Shobirin	43	SMP	<i>Home industri</i>	9 tahun	Grosir	3 tahun	Sport	20 orang
8.	Juanda	61	SD	<i>Home industri</i>	25 tahun	Pabrik	4 tahun	Sport	48 orang
9.	Ikhwan	55	MI	UD. Affan Al badri	20 tahun	Grosir	3 tahun	Pantofel	12 orang
10.	Fanani	39	SMK	<i>Home industri</i>	7 tahun	Juragan	1 tahun	Balet	10 orang
11.	Nanang	34	S1	<i>Home industri</i>	9 tahun	Grosir & pengepul	6 tahun	Balet	30 orang
12.	Hasyim	64	SD	CV Lina Jaya	27 tahun	Grosir & pengepul	18 tahun	Casual	32 orang
13.	Rouf	46	SMP	<i>Home industri</i>	12 tahun	Juragan	1 tahun	Balet	12 orang
14.	Syamsul	55	SLTA	<i>Home industri</i>	10 tahun	Grosir	2 tahun	Sport	20 orang
15.	Sholeh	46	SMA	<i>Home industri</i>	12 tahun	Grosir	7 tahun	Sport	14 orang
16.	Rohmat	35	SD	<i>Home industri</i>	3 tahun	Grosir	1 tahun	Casual	6 orang
17.	Rofiq	41	SMP	<i>Home industri</i>	9 tahun	Grosir	5 tahun	Casual	20 orang
18.	Imron	47	SD	<i>Home industri</i>	15 tahun	Grosir & pengepul	8 tahun	Sport	25 orang

LAMPIRAN 6
Keadaan Usaha Responden

No	Nama Pengrajin	Penyediaan Bahan Baku	Target Produksi	Tempo Pembayaran	Bulan 10		Bulan 11		Bulan 12	
					Penjualan	Laba	Penjualan	Laba	Penjualan	Laba
1.	Mas'ad	Sebagian disuplay	200 – 360 kodi	1 bulan	Rp 352.000.000	Rp 20.800.000	Rp 302.500.000	Rp 17.875.000	Rp 242.000.000	Rp 14.300.000
2.	Khalim	Seluruh display	40 – 90 kodi	1 minggu	Rp 60.000.000	Rp 4.400.000	Rp 60.000.000	Rp 4.400.000	Rp 45.000.000	Rp 3.300.000
3.	Mahsun	Sebagian disuplay	80 – 120 kodi	2 minggu	Rp 114.000.000	Rp 7.200.000	Rp 95.000.000	Rp 6.000.000	Rp 76.000.000	Rp 4.800.000
4.	Jainul	Membeli sendiri	60 – 100 kodi	1 minggu	Rp 45.000.000	Rp 4.500.000	Rp 35.000.000	Rp 3.500.000	Rp 25.000.000	Rp 2.500.000
5.	Munir	Sebagian disuplay	50 – 90 kodi	1 minggu	Rp 48.000.000	Rp 4.000.000	Rp 36.000.000	Rp 3.000.000	Rp 24.000.000	Rp 2.000.000
6.	Ripin	Sebagian disuplay	100 – 170 kodi	2 minggu	Rp 110.500.000	Rp 8.500.000	Rp 97.500.000	Rp 7.500.000	Rp 65.000.000	Rp 5.000.000
7.	Shobirin	Membeli sendiri	100 – 180 kodi	1 minggu	Rp 180.000.000	Rp 10.800.000	Rp 150.000.000	Rp 9.000.000	Rp 100.000.000	Rp 6.000.000
8.	Juanda	Membeli sendiri	300 – 450 kodi	2 bulan	Rp 427.500.000	Rp 27.000.000	Rp 427.500.000	Rp 27.000.000	Rp 332.500.000	Rp 21.000.000
9.	Ikhwan	Membeli sendiri	80 – 100 kodi	1 minggu	Rp 160.000.000	Rp 6.000.000	Rp 192.000.000	Rp 7.200.000	Rp 128.000.000	Rp 4.800.000
10.	Fanani	Seluruh disuplay	50 – 100 kodi	1 minggu	Rp 60.800.000	Rp 8.000.000	Rp 45.600.000	Rp 6.000.000	Rp 34.200.000	Rp 4.500.000
11.	Nanang	Seluruh disuplay	100 – 250 kodi	2 minggu	Rp 200.000.000	Rp 13.750.000	Rp 140.000.000	Rp 9.625.000	Rp 96.000.000	Rp 6.600.000
12.	Hasyim	Seluruh disuplay	150 – 300 kodi	2 minggu	Rp 270.000.000	Rp 18.000.000	Rp 225.000.000	Rp 15.000.000	Rp 135.000.000	Rp 9.000.000
13.	Rouf	Seluruh disuplay	50 – 120 kodi	1 minggu	Rp 60.800.000	Rp 8.000.000	Rp 45.600.000	Rp 6.000.000	Rp 34.200.000	Rp 4.500.000
14.	Syamsul	Sebagian disuplay	100 – 180 kodi	1 minggu	Rp 171.000.000	Rp 10.800.000	Rp 133.000.000	Rp 8.400.000	Rp 95.000.000	Rp 6.000.000
15.	Sholeh	Membeli sendiri	80 – 120 kodi	2 minggu	Rp 84.000.000	Rp 6.600.000	Rp 70.000.000	Rp 5.500.000	Rp 56.000.000	Rp 4.400.000
16.	Rohmat	Membeli sendiri	40 – 60 kodi	1 minggu	Rp 30.000.000	Rp 3.000.000	Rp 25.000.000	Rp 2.500.000	Rp 20.000.000	Rp 2.000.000
17.	Rofiq	Sebagian disuplay	90 – 150 kodi	2 minggu	Rp 180.000.000	Rp 9.750.000	Rp 144.000.000	Rp 7.800.000	Rp 108.000.000	Rp 5.850.000
18.	Imron	Seluruh disuplay	200 – 250 kodi	1 bulan	Rp 112.500.000	Rp 12.500.000	Rp 99.000.000	Rp 11.000.000	Rp 76.500.000	Rp 8.500.000



LAMPIRAN 7

Surat Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN MOJOKERTO
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jalan Jenderal A. Yani Nomor 16 Mojokerto Kode Pos 61318 Jawa Timur
 Telp./Fax. (0321) 321 953
 Website : <http://kesbangpol.mojokertokab.go.id>

REKOMENDASI PENELITIAN/SURVEY/KEGIATAN

Nomor : 070/ 943 /416-206/2016

- Dasar** :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah;
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011;
 3. Peraturan Bupati Mojokerto Nomor 66 Tahun 2012 tentang Penjabaran Tugas Pokok dan Fungsi Organisasi dan Tata Kerja Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Mojokerto.

- Menimbang** :
- a. bahwa untuk tertib administrasi dan pengendalian pelaksanaan Penelitian/Survey/ Kegiatan dan pengembangan perlu diterbitkan rekomendasi Penelitian/Survey/ Kegiatan;
 - b. bahwa sesuai surat dari Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, tanggal 20 Mei 2016 Nomor Un.3.5/PP/0C/860/2016, Perihal Permohonan Ijin Penelitian Mahasiswa;
 - c. bahwa sesuai disposisi Asisten Sekretaris Daerah Kabupaten Mojokerto Bidang Pemerintahan dan Kesejahteraan Rakyat tanggal 19 Juli 2016 Nomor 072/9308/416-206/2016;
 - d. bahwa sesuai Pertimbangan dari Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mojokerto, tanggal 21 Juli 2016 nomor 070/1042/416-112/2016, dan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kabupaten Mojokerto, tanggal – Juli 2016 nomor 070/635/416-111/2016, perihal Tidak Keberatan Dilaksanakan Penelitian/Survey/Kegiatan;
 - e. bahwa sesuai consideran huruf a, b, c, dan d, serta hasil verifikasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Mojokerto, berkas persyaratan administrasi penelitian telah memenuhi syarat sesuai Pasal 4, 5, dan 6 Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.

Bupati Mojokerto, memberikan rekomendasi kepada :

- | | |
|-------------------------------------|---|
| a. Nama Penanggungjawab | : Ahmad Rofiul Ihsan |
| b. Alamat Penanggungjawab | : Dsn. Setoyo Ds. Balongmojo Kec. Puri Kab. Mojokerto |
| Nomor Telp./HP | : 083834381524 |
| c. Asal Instansi/Organisasi/Lembaga | : Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang |
| d. Pekerjaan | : Mahasiswa |
| e. Kebangsaan | : Indonesia |

Untuk mengadakan Penelitian/Survey/Kegiatan, dengan :

- | | |
|--------------------------------------|---|
| a. Judul Penelitian/Kegiatan | : Pola-Pola Kemitraan Dalam Pengembangan Usaha Pengrajin Sepatu |
| b. Tujuan Penelitian/Kegiatan | : Sebagai Bahan Skripsi |
| c. Lokasi Penelitian/Kegiatan | : Disperindag, Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Mojokerto |
| d. Lama Penelitian/Kegiatan, | : 1 (satu) bulan, 26 Juli s.d 26 Agustus 2016 |
| Terhitung Mulai Tanggal | |
| e. Bidang Penelitian/Kegiatan | : UMKM Sepatu |
| f. Status Penelitian/Kegiatan | : Mandiri |
| g. Jumlah Anggota Peneliti/Kegiatan | : - |
| h. Nama Anggota Penelitian/ Kegiatan | : - |

- Dengan Ketentuan** :
1. Berkewajiban melaporkan diri atas kedatangannya ditempat/lokasi penelitian/ survey/kegiatan kepada pejabat pemerintah setempat;
 2. Berkewajiban menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib di daerah setempat/ lokasi penelitian/survey/kegiatan;

3. Pelaksanaan penelitian/kegiatan agar tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan keamanan dan ketertiban di daerah setempat/lokasi penelitian/kegiatan;
4. Peneliti/penanggungjawab kegiatan wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam rekomendasi, apabila melanggar rekomendasi dicabut;
5. Peneliti/Penanggungjawab kegiatan wajib melaporkan hasil dari penelitian/kegiatan, dan sejenisnya dalam bentuk Hardcopy dan Softcopy kepada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Mojokerto sebagai penerbit rekomendasi selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian/survey/kegiatan dilaksanakan.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mojokerto, 28 Juli 2016

a.n. BUPATI MOJOKERTO
KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN MOJOKERTO
u.b.
SEKRETARIS



Drs. H. BAMBANG POERWANTO, M.M.

Pembina Tingkat I
NIP. 19610326 198003 1 002

TEMBUSAN :

- Yth. 1. Bpk. Bupati Mojokerto (sebagai Laporan);
2. Sdr. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mojokerto;
3. Sdr. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kabupaten Mojokerto;
4. Sdr. Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

LAMPIRAN 8 Bukti Konsultasi

LAMPIRAN 8 Bukti Konsultasi

Nama : Ahmad Rofi'ul Ihsan
 Nim/Jurusan : 12510060/Manajemen
 Pembimbing : Dr. Indah Yuliana SE., MM
 Judul Skripsi : Implementasi Sistem Kemitraan Usaha Pengrajin Sepatu di
 Kabupaten Mojokerto

No	Waktu	Materi Konsultasi	TTD Pembimbing
1.	12 Juli 2016	Pengajuan outline	1.
2.	5 Agustus 2016	Revisi proposal	2.
3.	26 Agustus 2016	Revisi proposal	3.
4.	10 September 2016	Revisi proposal	4.
5.	22 September 2016	Acc proposal	5.
6.	10 oktober 2016	Seminar proposal	6.
7.	25 Februari 2017	Bab IV dan V	7.
8.	7 Maret 2017	Revisi bab IV	8.
9.	21 Maret 2017	Revisi bab IV	9.
10.	15 April 2017	Revisi bab IV dan V	10.
11.	27 April 2017	Acc skripsi	11.

Malang, 7 Mei 2017

Mengetahui :
Ketua Jurusan Manajemen


 Dr. H. Misbahul Munir LC., M.Ei
 Nip. 19750707 200501 1 005

LAMPIRAN 9
Dokumentasi Foto Penelitian





LAMPIRAN 10
Profil Peneliti

Nama Lengkap : Ahmad Rofi'ul Ihsan
TTL : Mojokerto, 18 Januari 1994
Alamat Asal : Dsn. Setoyo Ds. Balongmojo
Kec. Puri Kab. Mojokerto
Alamat di Malang : Jl. Raya Candi III No. 454
Kel. Karangbesuki Kec. Sukun Kota
Malang
No. Tlp/Hp : 081555493276
E-Mail : ahmadrofiulihسان18011994@gmail.com



Riwayat Pendidikan

1999 – 2000 : TK RA Al Halimatus Sa'diyyah
2000 – 2006 : MI Miftahus Sholah
2006 – 2009 : SMP Ar - Risalah
2009 – 2012 : SMA Ar - Risalah