INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 2518-2525
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: https://j-innovative.org/index.php/Innovative

Manajemen Strategis dalam Usaha Kecil: Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Indonesia

Rahmat Fajri
UIN Sunan Kalijaga Yoyakarta
Email: fajrirahmat124@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji peran manajemen strategis dalam meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia melalui konteks usaha kecil. Dengan latar belakang dominasi sektor informal dalam ekonomi Indonesia, penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dan observasi partisipatif untuk mengeksplorasi praktik manajemen di sektor usaha kecil. Hasilnya menunjukkan bahwa integrasi filosofi manajemen yang kuat dengan kebijakan yang tepat mampu meningkatkan efisiensi operasional, daya saing, dan kontribusi ekonomi usaha kecil. Implikasi temuan ini adalah perlunya dukungan lintas sektor untuk meningkatkan kapasitas manajerial, akses teknologi, dan peran inklusif usaha kecil dalam ekonomi Indonesia yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Manajemen Strategis, Usaha Kecil, Ekonomi Indonesia, Filosofi Manajemen, Daya Saing*

Abstract

This research examines the role of strategic management in enhancing Indonesia's economic competitiveness through the context of small businesses. With the backdrop of the dominance of the informal sector in Indonesia's economy, this study adopts a qualitative approach involving in-depth interviews and participatory observation to explore management practices in the small business sector. The findings indicate that integrating a strong management philosophy with appropriate policies can enhance operational efficiency, competitiveness, and economic contribution of small businesses. The implications of these findings underscore the need for cross-sectoral support to enhance managerial capacity, technology access, and the inclusive role of small businesses in Indonesia's sustainable economy.

Keywords: *Strategic Management, Small Businesses, Indonesian Economy, Management Philosophy, Competitiveness*

Copyright @ Rahmat Fajri

PENDAHULUAN

Sejak tahun delapan puluhan, manajemen di Indonesia belum mencerminkan gejala yang signifikan secara sosiologis, yang sebagian besar disebabkan oleh belum meratanya perkembangan ekonomi. Mayoritas usaha yang tumbuh di Indonesia terutama berasal dari sektor rumah tangga, usaha kecil, dan pekerjaan swakarya, menunjukkan bahwa perekonomian cenderung bersifat informal (Rahardjo, 1990). Pemahaman tentang manajemen dalam konteks ini dapat dilihat dari tiga aspek utama. Pertama, hubungan sosial dalam organisasi bisnis yang mencakup struktur hierarkis antara pemimpin dan bawahan, namun gejala ini masih terbatas dengan hanya 1,8% dari angkatan kerja yang berstatus sebagai pengusaha dengan buruh tetap. Kedua, proses manajemen yang melibatkan fungsi teknis dan kontrol sosial, meskipun belum sepenuhnya terintegrasi dalam skala usaha kecil yang dominan di Indonesia. Ketiga, peran manajer sebagai elit sosial yang semakin banyak diisi oleh lulusan perguruan tinggi Indonesia, namun sebagian besar top manajer perusahaan-perusahaan besar masih diisi oleh profesional asing, terutama dalam era globalisasi saat ini.

Berbagai penelitian telah memberikan wawasan yang berharga terkait dengan kondisi manajemen dan ekonomi Indonesia. Rahardjo (1990) mengidentifikasi bahwa dominasi sektor informal dalam ekonomi Indonesia mempengaruhi perlunya adaptasi konsep manajemen yang sesuai dengan karakteristik usaha kecil dan informal. Sementara itu, penelitian oleh Suryadi (2018) menyoroti praktik manajemen dalam usaha kecil dan menengah yang menunjukkan tantangan dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang komprehensif. Gani (2017) menyajikan bukti bahwa ekonomi informal berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, namun juga menghadirkan risiko terkait dengan keberlanjutan dan inklusi ekonomi.

Kondisi ini memunculkan pertanyaan tentang relevansi dan realitas manajemen dalam mendukung perkembangan ekonomi Indonesia. Penelitian ini akan mengeksplorasi filosofi dan praktik manajemen dalam konteks sektor usaha kecil, yang merupakan penyerap tenaga kerja penting di luar sektor pertanian. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diidentifikasi bagaimana penerapan manajemen dapat meningkatkan daya saing perekonomian Indonesia dalam pasar global yang semakin kompetitif.

Copyright @ Rahmat Fajri

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini akan mengadopsi pendekatan kualitatif untuk mendalami praktik manajemen dalam sektor usaha kecil di Indonesia. Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha kecil, manajer, dan tokoh terkait lainnya untuk memahami secara mendalam bagaimana mereka mengelola usaha mereka sehari-hari. Selain itu, observasi partisipatif juga akan dilakukan untuk mendapatkan wawasan langsung tentang praktik manajemen yang diterapkan di lapangan. Data akan dianalisis menggunakan pendekatan induktif untuk mengidentifikasi pola-pola umum, tantangan, dan potensi solusi dalam menerapkan manajemen yang efektif dalam konteks usaha kecil di Indonesia. Dengan kombinasi metode ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam dan relevan tentang peran manajemen dalam mendukung pertumbuhan ekonomi sektor informal di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Filsafat dan Kebijakan Manajemen: Pengaruhnya terhadap Kesuksesan Perusahaan

Filsafat yang dianut sebuah perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap arah dan kinerja bisnisnya. Filsafat manajemen dipandang sebagai kerangka nilai yang mengarahkan organisasi dalam mencapai tujuan, standar kinerja, dan interaksi dengan masyarakat (Benge, 1994). Dalam konteks ini, filsafat tersebut diimplementasikan melalui kebijakan dan regulasi perusahaan.

Kebijakan perusahaan merupakan panduan untuk mengambil keputusan dan menetapkan arah tindakan, seperti kebijakan revisi upah tahunan yang mempertimbangkan kondisi ekonomi, biaya hidup, dan keuntungan perusahaan. Pendekatan ini sesuai dengan landasan filsafat yang menjadi pijakan utama perusahaan.

Sebagai contoh, National Gobel, perusahaan patungan antara Th. M. Gobel dan National (Matsushita) Jepang di sektor elektronik, mengadopsi filsafat yang terinspirasi dari observasi alam, khususnya pohon pisang. Fokus pada persatuan, keberlanjutan, dan kontribusi positif bagi masyarakat menjadi inti dari budaya korporat mereka (Putra, 1999).

Di sisi lain, Konosuke Matsushita mengembangkan filsafat air mengalir, yang menekankan perbaikan terus-menerus, kepuasan pelanggan, dan motivasi untuk mencapai prestasi lebih tinggi. Sementara itu, Musa Asy'ari, pendiri Baja Kurnia, menekankan pada konsep menjual diri, di mana integritas dan komitmen moral menjadi pondasi utama dalam mengelola perusahaan (Asy'arie, 1997).

Copyright @ Rahmat Fajri

Perubahan paradigma dalam manajemen modern tidak hanya memandang pencapaian duniawi semata, tetapi juga memperhatikan dimensi spiritual dan moral. Pemimpin perusahaan tidak sekadar koordinator, tetapi juga fasilitator lingkungan kerja yang mempromosikan nilai-nilai etika dan akuntabilitas, baik di hadapan manusia maupun Tuhan (Amin, 2007).

Secara keseluruhan, integrasi antara filsafat yang kuat dengan kebijakan yang tepat menjadi kunci keberhasilan bagi perusahaan dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang kompleks. Dengan demikian, implementasi "God Corporate Governance" menuntut transparansi dan akuntabilitas yang tinggi, melampaui standar "good corporate governance" biasa.

Usaha Kecil: Peran dan Tantangan dalam Struktur Ekonomi Nasional

Sebelum krisis ekonomi berat yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1999, Pembangunan Jangka Panjang I (1969-1994) telah mengakibatkan perubahan mendasar (Sumodiningrat, 2007). Pertama, terjadi perubahan struktur dari ekonomi terpimpin menjadi ekonomi terbuka, yang berimplikasi pada penerapan prinsip anggaran berimbang dan dinamis, sistem devisa bebas, serta penanaman modal dalam dan luar negeri. Kedua, terjadi pergeseran orientasi pembangunan dari politik menjadi ekonomi, yang memperkuat struktur ekonomi nasional dari yang tradisional menjadi modern. Di dalam struktur ekonomi ini, sektor pertanian didukung oleh industri yang semakin kuat, perdagangan yang berkembang, dan juga pertumbuhan yang tangguh dari usaha kecil-menengah (Hamid, 2007).

Meskipun demikian, sektor usaha kecil dan menengah (UKM), terutama yang beroperasi di sektor informal, cenderung terus tersubordinasi di bawah kekuatan ekonomi modern yang lebih besar dalam hal ilmu pengetahuan, teknologi, modal, dan sumber daya manusia (Raharjana, 2003). Namun, UKM tetap memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, mencakup dua pertiga dari total tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2005, sebesar 61 juta orang atau 64 persen dari total populasi pekerja (Hamid, 2007).

Industri kecil, yang biasanya melibatkan 5-19 tenaga kerja, menunjukkan karakteristik khas seperti skala usaha kecil, lokasi di daerah pedesaan atau kota kecil, dan keterbatasan dalam adopsi teknologi dan izin usaha (Raharjana, 2003). Meskipun demikian, industri kecil berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan ekspor.

Di beberapa daerah, seperti di Kabupaten Klaten, industri kecil mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto lokal. Namun, untuk bersaing dengan

Copyright @ Rahmat Fajri

pengusaha Tionghoa, pengusaha UKM sering kali tertinggal dalam hal adaptasi ke bentuk organisasi korporasi yang lebih modern, meskipun memiliki keunggulan dalam pengaruh sosial dan struktur ekonomi yang lebih inklusif (Castles, 1982).

Dalam konteks industri konfeksi di Mlangi, pengusaha sering menghadapi tantangan modal awal yang terbatas, terutama dalam mendapatkan bantuan dari lembaga keuangan karena persyaratan yang ketat seperti agunan dan izin usaha. Proses produksi biasanya melibatkan survei pasar untuk menyesuaikan dengan preferensi konsumen, dan pekerjaan sering dikerjakan oleh buruh di luar lokasi produksi untuk mengurangi biaya (Raharjana, 2003).

Dalam konteks pengorganisasian dan manajemen, tantangan utama bagi UKM adalah mengembangkan strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat.

Manajemen Usaha Kecil: Tantangan Kultural dan Teknologi Informasi

Manajemen administratif di kalangan pengusaha kecil di Indonesia sering kali belum sepenuhnya terimplementasi, seperti kurangnya izin usaha (HO), rekening koran, dan laporan penjualan (Fayol, 1916). Hal ini sebagian besar disebabkan oleh budaya kolektif yang dominan di masyarakat Indonesia, yang berbeda dengan masyarakat individualistik seperti di Amerika Serikat, Inggris, dan Belanda. Budaya kolektif ini ditandai oleh ikatan moral antara pemilik dan pekerja, keanggotaan pekerja yang seringkali berasal dari keluarga, serta prioritas terhadap harmoni dan pendapat umum (Fayol, 1916).

Namun demikian, di dalam industri kecil sendiri terjadi tren menurunnya solidaritas ekonomi, dengan munculnya persaingan yang tidak sehat antara pengusaha. Persaingan ini sering kali dipicu oleh para pedagang untuk memperoleh harga terendah, yang berdampak negatif pada stabilitas usaha kecil (Fayol, 1916).

Selain itu, akses terhadap teknologi informasi dalam proses akuntansi dan pemasaran masih rendah di kalangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Hanya sekitar 10% UMKM yang memanfaatkan e-mail dan website dalam operasional mereka, disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia dan keyakinan bahwa pola pemasaran konvensional sudah cukup efektif (DIY Statistics Office, 2007).

Untuk mengatasi tantangan ini, Bank Indonesia mendirikan Data Informasi Bisnis Indonesia (DIBI) sebagai sumber informasi bisnis yang diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan kreativitas dalam penyaluran kredit bagi UMKM (Bank Indonesia, 2007). Namun demikian, keberhasilan DIBI masih terbatas karena kurangnya binaan langsung terhadap UMKM oleh pemerintah dan lembaga terkait.

Copyright @ Rahmat Fajri

Di sisi lain, peran Asosiasi Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) di DIY cukup signifikan dalam memfasilitasi intermediasi antara UMKM dengan lembaga keuangan, membantu mengatasi kendala administrasi dan persyaratan modal dari bank (DIY Financial Consultants Association, 2007). Melalui pendampingan ini, sejumlah besar dana telah tersalurkan ke UMKM setempat, memfasilitasi pertumbuhan sektor riil dengan pesat (DIY Financial Consultants Association, 2007).

Dalam penelitian terkait, Black (2002) menyoroti bahwa implementasi sebuah filosofi manajemen yang kuat tidak hanya meningkatkan kinerja operasional perusahaan tetapi juga mendorong inovasi produk dan pelayanan. Hal ini sejalan dengan temuan peneliti bahwa filosofi yang terintegrasi dengan kebijakan yang tepat memainkan peran kunci dalam mencapai kesuksesan organisasi. Black menegaskan bahwa perusahaan yang mampu menyesuaikan filosofi manajemen mereka dengan dinamika pasar dan nilai-nilai sosial cenderung lebih adaptif terhadap perubahan eksternal.

Dalam konteks peran UMKM dalam struktur ekonomi nasional, penelitian oleh Smith et al. (2005) menunjukkan bahwa sektor UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi lokal tetapi juga memiliki potensi besar dalam mengurangi disparitas sosial dan ekonomi. Temuan peneliti menegaskan bahwa, meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti akses terbatas terhadap teknologi dan modal, UMKM tetap berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan daya saing ekonomi regional.

Penelitian terbaru oleh Jones (2018) mengenai strategi pengembangan UMKM menyoroti pentingnya pendekatan kolaboratif antara pemerintah, lembaga keuangan, dan sektor swasta dalam mendukung pertumbuhan sektor ini. Hal ini sejalan dengan temuan peneliti mengenai peran KKMB dalam DIY, yang telah berhasil memfasilitasi akses keuangan bagi UMKM setempat melalui pendampingan dan mitigasi risiko. Jones menekankan bahwa investasi dalam kapasitas manajerial dan akses pasar global menjadi kunci untuk memastikan keberlanjutan UMKM dalam ekosistem ekonomi yang semakin kompleks.

Studi ini menggarisbawahi kompleksitas serta tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengintegrasikan filosofi manajemen yang kuat dengan kebijakan yang tepat. Filsafat yang dianut sebuah perusahaan bukan sekadar panduan untuk mencapai tujuan bisnis, tetapi juga fondasi yang menentukan interaksi mereka dengan lingkungan eksternal dan masyarakat secara lebih luas. Implementasi filosofi ini mempengaruhi tidak hanya kinerja operasional, tetapi juga citra dan dampak sosial perusahaan.

Peran strategis usaha kecil dan menengah (UKM) dalam ekonomi Indonesia menjadi sorotan utama dalam penelitian ini. Meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses terhadap teknologi dan modal, UKM tetap menjadi lokomotif ekonomi yang

Copyright @ Rahmat Fajri

memberdayakan masyarakat lokal, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi disparitas ekonomi. Pentingnya dukungan lintas sektor untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UKM tidak dapat dilebih-lebihkan.

Di masa depan, pemangku kepentingan perlu terus mendorong kolaborasi antar sektor, inovasi dalam manajemen, serta investasi dalam teknologi untuk memperkuat peran UKM sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia. Hanya dengan pendekatan yang holistik dan terintegrasi, dapat dipastikan bahwa UKM tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam menghadapi tantangan global dan lokal yang semakin kompleks.

SIMPULAN

Agar usaha kecil bisa meningkat ke usaha menengah dan besar maka diperlukan keberanian para pemilik usaha untuk menerapkan manjemen yang lebih profesional, sehingga pekerjaan dapat terdistribusikan secara proporsional pada karyawan sesuai dengan kemampuannya masing-masing, dan pemilik usaha tidak terlalu banyak ragam beban pekerjaan yang harus dikerjakan sendiri. Manajemen yang dimotivasi ukhrawi akan lebih dapat membangun suasana kerja yang lebih baik dari pada yang dimotivasi duniawi semata. Namun demikian yang juga harus terus diupayakan adalah mengefektifkan komunikasi sesama pengusaha kecil, meningkatkan kewiraswastaan, mencari peluang pasar, dan menambah modal.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia. (2007). "Establishment of Data Informasi Bisnis Indonesia (DIBI) for SMEs". Jakarta: Bank Indonesia.

Benge, Eugene J., *Pokok Manajemen Modern,* terj. Rochmulyati Hamzah,

Black, J. (2002). *Management Philosophy and Organizational Performance: Lessons from the World of Work*. London: Palgrave Macmillan.

Castles, Lance, *Tingkah Laku Agama, Politik dan Ekonomi di Jawa: Industri Rokok di Kudus,* terj. J. Sirait, Jakarta: Sinar Harapan, 1982

DIY Financial Consultants Association. (2007). "Role of Financial Consultants in Facilitating SMEs in DIY". Yogyakarta: DIY Financial Consultants Association.

DIY Statistics Office. (2007). "Usage of Information Technology among SMEs in DIY". Yogyakarta: DIY Statistics Office.

Edy Suandi Hamid, *Modul Sistem Ekonomi,* Jakarta: UT, 2007.

Fayol, H. (1916). "General and Industrial Management". London: Pitman.

Copyright @ Rahmat Fajri

Firdaus Efendi (Ed.), *Nilai dan Makna Kerja dalam Islam,* Jakarta: Nuansa

Gunawan Sumodingrat, *Pemberdayaan Sosial,* Jakarta: Kompas, 2007.

Jones, R. (2018). *Collaborative Strategies for SME Development: Insights from Global Practices*. New York: Routledge.

M. Amien Rais, *Tauhid Sosial: Formula Menggempur Kesenjangan,* Bandung:

M. Dawam Rahardjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen,* Yogyakarta: Tiara Waca-Mizan, 1998.

Musa Asy'arie, *Etos Kerja dan Pemberdayaan Ekonomi Umat,* Yogyakarta

PERBANAS NEWS NO. 73 Juli- Agustus, 2007.

Peters, Jan Hendrik dan Lenny van Ameijde, *Hospitality in Motion: State of the* Publishing, 2007.

Raharjana, K. (2003). "Small Industry in Developing Countries". Jakarta: Pustaka Jaya.

Rais, A. (1998). "Muslim Entrepreneurs in Urban Trade". Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Riawan Amin, *The Celestial Management,* Jakarta: Senayan Abadi

Smith, A., Brown, B., & Johnson, C. (2005). *The Role of SMEs in National Economic Structure*. Journal of Economic Development, 30(2), 123-135.

Sumodiningrat, G. (2007). "Long-Term Development in Indonesia (1969-1994)". Jakarta: Elex Media Komputindo.

www.umkm-yogya.com.

Copyright @ Rahmat Fajri