

DAMPAK SOSIAL EKONOMI KEBERADAAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) KONVEKSI DI KOTA SEMARANG

Rodhiyah

Email : rodhiyahrodhiyah@yahoo.com

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) is one of the form of strategic alternatives to support and provide the development of economy, the weakness of SMEs: capital, credibility, labor (minimum wage and social security), the high direct costs, the limited variant of effort, and the limitation of preliminary quality product. Research aims: determine perceptions and attitudes, social and economic impacts of the existence of convection in the City Semarang. Methodology: cross sectional, descriptive qualitative analyzed descriptively, presented in narrative form, in five SMEs convection select purposively, resources: SME owners, labor, public figures (head of RT), and community members. Results and discussion: Perceptions and attitudes from the environment mostly positive: do not feel any negative effects, SME owners are friendly, willing to socialize with their environment, respond well if there are complaints from environs residents. UKM already have License and non-formal (resident permit and "RT"), but there is a small proportion of the less support because there is less socially SME owners with the surrounding community, there are some employees who behaved arrogance by turning on the music too loud and the use of diesel machine which cause noise (when the lights went out).

Positive social impact: The owner of SMEs participating in environmental activities: giving donors, doorprize, sports uniforms, ease when residents messaging products, the negative impact: less concerned about an environmental cleanliness, noise music, the use of diesel when the power goes out, the parking of motor less attention to the environment. Positive Economic Impact: Opening recruitment of employment (women), from within and outside the SME environment, with skills and experience, recruitment via the "gepok tular" through the existing workforce, the media (newspaper ad). The development of groceries stores and stalls eating, boarding house and rented houses around UKM.

Keywords: Socio-Economic Impact of SMEs

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu bentuk strategis alternatif untuk mendukung pengembangan perekonomian di Indonesia, hal ini telah membuktikan perannya dalam pemerataan dan kesempatan kerja bagi masyarakat tidak hanya aktif tetapi juga produktif serta telah memberikan sumbangan bagi penerimaan devisa negara. UKM telah memberikan sumbangan yang cukup signifikan bagi perkembangan perekonomian di Indonesia, khususnya pada pada waktu terjadinya krisis dan masih bisa bertahan.

Pemahaman tentang Usaha Kecil Menengah (UKM) juga tidak terlepas dari pemahaman tentang lingkungan dan sistem perusahaan yang berskala kecil serta pengusahanya, dalam berbagai kegiatan yang dilakukan akan menghadapi berbagai hambatan. salah satu kelemahan UKM, adalah permodalan, dan daya saing produk (Suara Merdeka. 2007, Dampingi Industri Kecil, Bantu Modal Usaha), kendala lain adalah dalam hal kebijakan, keahlian, infrastruktur. Kebijakan ketenagakerjaan masih belum mengakomodir kepentingan UKM seperti upah minimum dan jaminan sosial.

Berkembangnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di bidang manufaktur di suatu daerah akan menyebabkan terserapnya tenaga kerja, disamping itu juga akan mengurangi urbanisasi ke kota-kota besar. Berkembangnya UKM akan menjadi penggerak perekonomian rakyat yang tangguh, hal ini telah di buktikan

bahwa pada tahun 1998 dengan adanya krisis moneter dan pada periode 2008-2009 Indonesia mengalami dampak krisis ekonomi yang terjadi di Eropa dan Amerika Serikat sehingga mempengaruhi pula struktur lapangan pekerjaan, karena terjadi lonjakan tenaga kerja pada sektor informal dari tahun 2008-2010 menunjukkan presentase yang meningkat dari tahun ke tahun yaitu tahun 2008 sebesar 67,14 persen meningkat pada tahun 2009 yaitu 69,49 persen, hal ini menunjukkan bahwa sektor informal (antara lain UKM) sebagai penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja dan juga dalam pemerataan dan kesempatan kerja bagi masyarakat tidak hanya aktif tetapi juga produktif.

Keberagaman industri kecil memberikan potensi terhadap penyerapan tenaga kerja dan perbaikan pendapatan masyarakat. Industri kecil yang berbasis sumber daya lokal saat ini makin penting terutama dikaitkan komitmen pemerintah menumbuh kembangkan industri kreatif. Di satu sisi, keberadaan industri kecil terkendala beberapa faktor, antara lain kurang berpihakan kepada masyarakat sekitar.

Studi pendahuluan yang dilakukan di temukan bahwa keberadaan UKM kadang-kadang kurang diterima oleh masyarakat sekitar, karena mereka sangat tertutup dengan masyarakat lingkungan, kadang-kadang pemilik UKM kurang bersosialisasi dengan masyarakat sekitarnya, bersifat arogansi misalnya ketika bongkar muat barang, suara bising, parkir kendaraan kurang memperhatikan lingkungan sekitarnya, meski di sisi lain kontribusinya juga cukup besar, membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, munculnya usaha kecil lainnya misalnya warung makan, warung kebutuhan sehari-hari,

Tidak dapat di pungkiri bahwa keberadaan UKM akan membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar dan secara ekonomi mempunyai dampak positif, namun di sisi lain keberadaan UKM sering kurang memperhatikan lingkungan sekitarnya yang secara sosial mempunyai efek negatif yaitu mengurangi kenyamanan masyarakat sekitar, keberadaan UKM kurang transparan dengan lingkungan masyarakat sekitar, perlakuan terhadap tenaga kerja kurang mengikuti aturan ketenagakerjaan, dari beberapa permasalahan tersebut sehingga keberadaan UKM kadang-kadang kurang dapat diterima masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi, sikap masyarakat, dampak sosial dan dampak ekonomi tentang keberadaan UKM konveksi Di Kota Semarang

KAJIAN TEORI

Usaha Kecil dan Menengah batasan-batasan masih berbeda-beda tergantung pada fokus dan permasalahannya, seperti yang dikemukakan oleh Dun Steinhoff dan John F. Bergess (1993), "Usaha kecil telah didefinisikan dengan cara berbeda bergantung pada kepentingan organisasi" (Suryana, 2013: 232)

Pada hakekatnya usaha kecil yang ada secara umum di kelompokkan ke dalam 3 (tiga) golongan khusus yang meliputi : (Harimurti Subanar, 2001, 2-4)

1. Industri Kecil : Industri kerajinan rakyat, industri cor logam, konveksi dan berbagai industri lainnya.
2. Perusahaan berskala kecil : penyalur, toko kerajinan, koperasi, waserba, restoran, toko bunga, jasa profesi dan lainnya,
3. Sektor informal: agen barang bekas, kios kaki lima dan lainnya.

Berdasarkan bentuk usaha, maka perusahaan kecil yang terdapat di Indonesia dapat di golongkan dalam 2 (dua) bentuk yaitu :

- (1) Usaha Perorangan,
- (2) Usaha Persekutuan/partnership.

Usaha perorangan yang ada di Indonesia jumlahnya cukup besar, skala usahanya relatif kecil, lebih mudah mendirikan karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan bertahap, seperti bentuk usaha lainnya.

Pengertian tentang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sangat bervariasi dan tergantung dari masing-masing instansi, dan pada hakekatnya menitik beratkan pada dua aspek yaitu aspek nilai atau jumlah investasi, jumlah penjualan dan jumlah tenaga kerja

Menurut Undang-Undang RI No 20 Tahun 2008 membagi usaha dalam tiga kriteria yaitu :

1. Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 300 juta.
2. Usaha Kecil adalah memiliki kekayaan bersih dari Rp. 50 juta sampai paling banyak Rp. 500 juta dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan lebih dari Rp. 300 juta sampai paling banyak Rp. 2,5 milyar.
3. Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih dari Rp. 500 juta sampai paling banyak penjualan lebih dari Rp. 2,5 milyar sampai paling banyak Rp. 50 milyar.

Menurut Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM) membagi usaha dalam dua kriteria yaitu :

- a. Usaha Kecil termasuk usaha mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 1 milyar,
- b. Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200 juta sampai dengan Rp. 10 milyar dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Menurut Biro Pusat Statistik (BPS) kriteria UKM berdasarkan jumlah tenaga kerja yaitu Usaha kecil mempunyai jumlah tenaga kerja 5 sampai 19 orang, sedangkan jika jumlah tenaga kerja terdiri 20 sampai 99 orang termasuk usaha menengah.

Sedangkan klasifikasi yang dikemukakan oleh Stanley dan Morse, Usaha kecil adalah industri yang menyerap tenaga kerja 1 – 9 orang termasuk industri kerajinan rumah tangga. Industri kecil yang menyerap 10 – 49 orang, Industri sedang menyerap 50 – 99 orang dan industri besar menyerap tenaga kerja 100 orang lebih. (Suryana, 2013: 233).

Selanjutnya (Suryana, 2013:233) menyebutkan bahwa ciri-ciri usaha kecil dan menengah yaitu :

- (a) manajer mengoperasikan perusahaan adalah pemilik, majikan, (b) investor mengambil berbagai keputusan secara mandiri, (c) permodalan relatif kecil,
- (d) dikelola secara mandiri, (e) daerah operasinya lokal, (f) majikan dan karyawan tinggal dalam suatu daerah yang sama, (g) bahan baku lokal, (h) pemasaran lokal; akan tetapi secara keseluruhan merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja lokal yang cukup besar

Kelemahan dan Kekuatan Usaha Kecil Menengah, antara lain yang dikemukakan oleh (Harimurti Subanar, 2001, 8-9)

(1) Tidak pernah melakukan studi kelayakan, penelitian pasar, analisa perputaran uang kas. (2) Tidak memiliki perencanaan sistem jangka panjang, sistem akuntansi yang memadai, anggaran kebutuhan modal, perencanaan, (3) Tingginya PHK & Pembagian kerja kurang proposional, (4) Kesulitan modal kerja, sumber modal dari pemilik, (5) Terlalu banyak biaya-biaya di luar pengendalian dan utang yang tidak bermanfaat, dan juga tidak di patuhi nya ketentuan-ketentuan pembukuan standar.

Kurang informasi bisnis, tidak ada petunjuk teknis operasional kegiatan, kurang konsisten dengan ketentuan order, sehingga banyak klaim. (Suryana, 2013: 234) mengemukakan bahwa kelemahan UKM di kelompokkan dalam aspek Struktural yaitu kelemahan dalam bidang manajemen, organisasi, teknologi, sumber daya dan pasar, dan aspek kultural adalah kelemahan dalam budaya perusahaan yang kurang mencerminkan perusahaan sebagai "*corporate culture*", kelemahan kultural akan berdampak terhadap terjadinya kelemahan struktural. Tetapi disisi lain UKM juga mempunyai kekuatan antara lain : (Suryana, 2013: 233-234)

1. Memiliki kebebasan untuk bertindak, artinya dapat beradaptasi dengan cepat dalam menghadapi perubahan.
2. Fleksibel, artinya sangat luwes, dapat menyesuaikan dengan kebutuhan setempat.
3. Tidak mudah goncang, artinya tidak mudah rentan terhadap fluktuasi ekonomi global.

UKM merupakan suatu kegiatan bisnis, menurut Redi Panuju (1995:42) bahwa bisnis adalah suatu interaksi yang terjadi akibat adanya kebutuhan yang tidak bisa di peroleh sendiri oleh individu.

Bisnis yang baik (good business) tidak saja mencari keuntungan semata, akan tetapi bisnis yang baik adalah bisnis baik secara moral, dalam konteks bisnis adalah berperilaku yang sesuai dengan norma-norma moral, perilaku dapat dinilai baik ketika memenuhi standart etis.

Etika bisnis merupakan suatu kode etik perilaku pengusaha (pelaku bisnis) berdasarkan pada nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam berusaha dan merupakan landasan penting dan harus diperhatikan terutama untuk menciptakan dan melindungi reputasi (goodwill) perusahaan (Suryana, 2013: 264)

Prinsip-prinsip etika dan perilaku bisnis menurut Michael Josephson (1988) yang dikutip Zimmerman (1996) ada 10 prinsip yang mengarah pada perilaku yaitu : (dalam : Suryana, 2013:266-227) : Kejujuran., Integritas, Memelihara janji, Kesetiaan, Kewajaran/keadilan, Suka Membantu orang lain, Hormat kepada orang lain, Warga Negara yang bertanggung jawab, Mengejar keunggulan, Dapat dipertanggungjawabkan.

Sedangkan menurut Sonny Keraf (1998:56) bahwa prinsip etika bisnis meliputi 5 prinsip yaitu :

1. Prinsip otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggap baik.
2. Prinsip kejujuran, dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak, dalam penawaran barang dan jasadengan mutu dan harga yang sebanding, dan dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.
3. Prinsip keadilan; menuntut agar setiap orang di perlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional obyektif serta dapat dipertanggungjawabkan.
4. Prinsip saling menguntungkan (mutual benefit principle), menuntut agar bisnis yang dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.

5. Prinsip integritas moral; terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan atau perusahaannya.

Selain etika, yang tidak kalah pentingnya adalah pertanggungjawaban sosial perusahaan, menurut Ronald J. Ebert dan Ricky M. Griffin (2000) etika sangat berpengaruh terhadap tingkah laku individual, sedangkan tanggung jawab sosial mencoba menjembatani komitmen individu dan kelompok dalam suatu lingkungan sosial. (Suryana, 2013: 269)

Selanjutnya menurut Zimmerer ada 5 macam pertanggungjawaban perusahaan (Suryana, 2013:269-270):

1. Tanggung jawab terhadap lingkungan. Perusahaan harus ramah lingkungan, yaitu harus memperhatikan, melestarikan, dan menjaga lingkungan, misalnya tidak membuang limbah yang mencemari lingkungan, berusaha mendaur ulang limbah yang merusak lingkungan dan menjalin komunikasi dengan kelompok masyarakat yang ada di lingkungan sekitarnya.
2. Tanggung jawab terhadap karyawan, semua aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia, antara lain, penerimaan karyawan baru, sistem penggajian, promosi, kompensasi.
3. Tanggung jawab terhadap pelanggan; yaitu menyediakan barang dan jasa yang berkualitas, memberikan harga produk dan jasa yang adil dan wajar.
4. Tanggung jawab terhadap investor; yaitu menyediakan imbal hasil atas investasi yang menarik dengan memaksimalkan laba, dan memberikan laporan kinerja seakurat dan setepat mungkin.
5. Tanggung jawab terhadap masyarakat; perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya, seperti menyediakan pekerjaan dan menciptakan kesehatan serta kontribusi terhadap masyarakat yang berada di sekitar lokasi perusahaan tersebut berada.

Dampak Sosial Ekonomi

Dampak merupakan sesuatu yang muncul setelah adanya suatu kejadian. Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan internal. Sosial diartikan sebagai sesuatu yang timbul dari hubungan interaksi antar individu dengan individu lainnya dalam hal ini masyarakat.

Dampak sosial adalah sebuah bentuk akibat atau pengaruh yang terjadi karena adanya sesuatu hal. pengaruh yang dimaksud adalah akibat yang terjadi pada masyarakat, baik karena suatu kejadian itu mempengaruhi masyarakat atau hal lainnya didalam masyarakat. Analisa dampak sosial adalah suatu kajian yang dilakukan terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat sebagai akibat dari pelaksanaan suatu kegiatan pembangunan di suatu wilayah atau area. (Andi Fardani, 2012)

Dampak terdiri dari: (Afrizal, 2002)

1. Dampak positif. Dampak yang dianggap baik oleh penyelenggara pembangunan maupun oleh orang lain.
2. Dampak negatif. Dampak yang dianggap tidak baik oleh penyelenggara pembangunan maupun oleh orang lain.
3. Dampak yang disadari (*intended consequences*). Dampak yang direncanakan oleh penyelenggara pembangunan. Dampak ini adalah dampak yang diketahui dan disadari akan terjadi. Dalam kepastakaan sosiologi, hal seperti itu disebut sebagai fungsi manifes. Dampak yang disadari pada dasarnya tergolong dampak positif paling kurang menurut pandangan penyelenggara pembangunan. Dampak seperti ini

biasanya mudah diketahui karena disadari keberadaannya atau sering telah ditulis oleh penyelenggara pembangunan dalam proposal pembangunannya. Melakukan wawancara dengan pembuat proposal atau membaca proposal itu sendiri cukup untuk mengetahui hal tersebut.

4. Dampak yang tidak disadari (*unintended consequences*). Dampak yang tidak direncanakan oleh penyelenggara pembangunan. Oleh sebab itu, dampak ini adalah dampak yang tidak diketahui dan tidak disadari. Hal ini dalam kepustakaan sosiologi disebut sebagai fungsi laten. Dampak seperti ini biasanya sulit diketahui karena tidak disadari atau tidak pernah dapat ditemukan dalam proposal pembangunan oleh penyelenggara pembangunan. Dampak yang disadari sering tergolong dampak negatif.
5. Dampak pembangunan pastilah pembicaraan mengenai dampaknya terhadap sesuatu, dalam hal ini, dampak sosial terhadap keberadaan UKM berarti dampak UKM terhadap manusia dalam jumlah yang banyak, bukan satu atau dua orang. Dengan kata lain, dampak sosial keberadaan UKM mengandung arti dampak UKM terhadap kehidupan sosial anggota sebuah komunitas atau masyarakat.
6. Dampak ekonomi keberadaan UKM dapat diunjukkan dengan kekuatan dan keberhasilan UKM, antara lain dengan keberadaan UKM akan menyerap tenaga kerja, maupun munculnya usaha-usaha lain (seperti warung makan, warung kebutuhan bahan pokok, tempat kost)

Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka (Stephen P. Robbins 2001, :88),. Persepsi penting, karena perilaku orang-orang didasarkan pada persepsi mereka mengenai apa realitas itu, bukan mengenai realitas itu sendiri.

Faktor yang mempengaruhi persepsi adalah pada pihak pelaku persepsi (*perceiver*), dalam obyek atau target yang dipersepsikan dan dalam konteks situasi dimana persepsi dilakukan.

Sikap merupakan pernyataan evaluatif mengenai obyek, orang, atau peristiwa. Pernyataan evaluatif baik yang menguntungkan atau tidak menguntungkan mengenai obyek, orang, atau peristiwa (Stephen P. Robbins 2001 :138) Sikap mencerminkan bagaimana seseorang merasakan sesuatu.

Komponen sikap meliputi :

- (1) komponen kognitif, segmen pendapat atau keyakinanakan suatu sikap;
- (2) komponen afektif, segmen emosional atau perasaan dari suatu sikap;
- dan (3) komponen perilaku, suatu maksud untuk berperilaku dengan suatu cara tertentu terhadap seseorang atau sesuatu.

METODE

Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan cara CrossSectional penelitian di tentukan secara Purposif yaitu di pilih lima UKM konveksi yang mempunyai tenaga kerja 10 orang, UKM konveksi dengan kegiatannya adalah mulai pengadaan bahan, produksi dan distribusi, bersedia di wawancara.

Sumber informasi : Pemilik UKM konveksi masing-masing 1 orang, tenaga kerja masing-masing UKM 2 orang, tokoh masyarakat masing-masing lingkungan UKM 1 orang dan anggota masyarakat lingkungan UKM masing-masing 2 orang di sekitar keberadaan UKM konveksi. Data di kumpulkan dengan cara Indepth interview (wawancara mendalam) kepada sumber informasi, dengan menggunakan pedoman wawancara dan Observasi pada lingkungan keberadaan UKM konveksi, dengan menggunakan pedoman observasi.

Data dianalisis dengan pendekatan diskriptif kualitatif yaitu dengan cara melakukan kategorisasi, kemudian dilakukan analisis domain dan analisis taxonomi, kemudian data di sajikan secara naratif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskripsi Sumber Informasi :

UKM yang ada di kota Semarang dalam kegiatan usaha meliputi berbagai bidang usaha khususnya yang merupakan Binaan Dinas Koperasi & UKM Kota Semarang Bidang Industri Non Pertanian meliputi berbagai bidang usaha antara lain : konveksi, handycraf, gorden, spre, bantal/guling, sandal/sepatu, alat rumah tangga, kerajinan sabuk, tas, sablon, percetakan, album foto, kap lampu, paving blok, timbangan, minuman. Data dari Dinas Koperasi dan UMKM menunjukkan jumlah UKM di Kota Semarang 235 UKM. Disamping itu ada UKM yang belum masuk menjadi binaan dari Dinas Koperasi & UKM Kota Semarang.

UKM Enrico Collection, sebagai pengusaha generasi kedua setelah pemilik pertama meninggal dunia sebagai pengusaha konveksi khususnya konveksi seragam olahraga sekolah, kaos kantor, dan kaos partai. Tempat UKM dalam satu rumah induk, dan berada di tengah perumahan warga yang berdekatan dan hanya bisa diakses oleh satu mobil saja.

UKM ini memproduksi Produksi baju dan seragam olah raga dari bahan kaos. Dalam memproduksi berdasarkan pesanan dalam jumlah besar antara 100 – 200 pcs, juga melayani pemesanan dalam jumlah relatif kecil, minimum 10 pcs, karena UKM tersebut lebih mengutamakan kepuasan pelanggan, sehingga tidak menolak pesanan dalam jumlah kecil. Kebanyakan pemesan adalah langganan tetap maupun pembeli baru. Pemesan berasal dari instansi pemerintah, swasta, sekolah, maupun dari partai politik khususnya menjelang Pemilu. Wilayah pemasaran tidak hanya dalam kota namun sudah sampai ke kota Demak. Terkait pemasarannya dengan menggunakan metode pemasaran mulut ke mulut atau *word of mout*.

Bahan baku berupa bahan kain dari kaos, berasal dari Solo, Kudus, Bandung, ketiga kota tersebut dianggap tempat paling murah dibandingkan kota Semarang. Untuk hasil limbah berupa kain perca atau kain sisa dan zat dari kegiatan sablon. Kain-kain sisa tersebut biasanya dikumpulkan menjadi satu dalam karung kemudian setelah terkumpul akan dijual kepada pengepul atau pengerajin keset. Sedangkan zat kimia dari sablon langsung dialirkan ke selokan depan tempat usaha yang mengalir langsung melalui depan rumah warga.

UKM Mentari Jaya Gemilang dikelola generasi kedua, karena pemilik pertama membuka cabang usaha di daerah Gunung Pati (jenis usaha sama), sehingga pengelolaan usaha diserahkan ke anak mantu.

Tempat produksi konveksi ini bersebelahan dengan rumah induk. usaha yang mulai berkembang dan kini membuka toko (seperti Show Room hasil produksi dan juga pakaian anak – anak) di depan tempat produksinya, dan juga toko sembako (kebutuhan bahan pokok).

Hasil utama produksi UKM ini yaitu celana dalam wanita dan pria dengan bahan baku dari kaos. Daerah pemasaran hasil produksi masih dalam wilayah Jawa Tengah, awalnya bisa mencapai wilayah Jawa Timur namun mempunyai kendala pada pegawai yang kurang sehingga pemasaran hanya dibatasi di wilayah Jawa Tengah saja. Pemasaran produk menggunakan sales dan sistem mulut ke mulut. UKM ini berusaha memuaskan pelanggan dengan memperhatikan kualitas bahan baku.

Bahan baku berupa kain khusus pakaian dalam (kain kaos) berasal dari pabrik textile dari Solo dan Jakarta. Limbah dari UKM ini berupa potongan kain yang tidak terpakai (berupa kain perca) dan debu berasal dari serbuk kain. Potongan kain sisa akan dikumpulkan menjadi satu dalam karung dan secara rutin akan dijual

pada pengepul kain sisa. Untuk mensiasati debu dari serbuk kain, pemilik telah membagikan masker secara gratis kepada karyawannya.

UKM “Gloria 3S”UKM ini didirikan oleh seorang ibu rumah tangga tahun 1991, letak UKM ini sangat berdekatan dan jalan depan UKM hanya bisa diakses oleh satu mobil saja. Selain di Semarang, karena tempat usaha sempit, maka membuka cabang di Boja sebagai kantor cabang dan sebagai gudang bahan baku serta tempat proses produksi. Produksi pakaian wanita dan pria, dan mengembangkan usahanya dengan pembuatan *handycraft* dari sarung tangan, bantal, bahkan lukisan dari kain perca. Bahan baku utama berupa bermacam – macam jenis kain yang diperoleh langsung dari langganan dari daerah kota Solo, Jepara, dan Semarang. Hasil limbah dari UKM ini berupa kain perca yang akhirnya diolah lagi untuk menjadi bahan baku *handicraft*. Sedangkan potongan potong benang dan serbuk kain tidak terlalu banyak jadi bisa disapu dan dibuang di sampah.

UKM “Wiena Collection” didirikan pada tahun 2002. Jenis produksi UKM Wiena Collection adalah baju (kaos), celana training, jaket dan baju olah raga dengan bahan dasar kaos. Jumlah produksi yang dilakukan berdasarkan pemesanan, baik dalam jumlah besar maupun dalam jumlah kecil, dalam satu minggu dapat mencapai 200 pcs (potong). Konsumen yang dimiliki adalah pedagang besar yang biasanya mengambil untuk dijual kembali dan juga perorangan. Kadang juga mendapat pesanan dari sekolah-sekolah maupun instansi-instansi pemerintah maupun swasta.

Proses produksi dikerjakan di tempat usaha, di rumah induk

Bahan baku yang digunakan berupa bahan kain kaos. Hasil limbahnya biasanya berupa kain perca yang bisa dimanfaatkan kembali untuk mengikat. Selain itu sisa kain berupa kain perca lainnya dikumpulkan dan di jual kepada pengepul. Sedangkan limbah bahan sablon hasil proses penyablonan di buang langsung di selokan umum. Menurut pemilik UKM bahwa limbah hasil proses penyablonan tidak menimbulkan pencemaran lingkungan dan aman karena bahan sablon berupa zat kimia yang digunakan adalah produk yang bagus dan aman

UKM “Citra Mandiri 13 (CM 13 Collection)”Usaha ini berdiri pada tanggal 25 Juli 1991, Jenis produksi baju (kaos), jaket, celana training dan pakaian olahraga dari bahan dasar kaos. Jumlah produksi yang dilakukan berdasarkan pesanan. Dalam satu bulan antara 200 pcs (potong) sampai dengan 250 pcs (potong). konsumen yang dimiliki berasal dari sekolah yang berupa seragam. Selain itu juga dari instanti maupun perorangan masyarakat. Biasanya ada yang dijual kembali dan ada yang dijual ke ritel. Pesanan dalam jumlah kecil maupun besar.

Hasil limbah yang berupa kain perca dikumpulkan menjadi satu dan diambil oleh para pengepul tiap minggunya. Pada usaha konveksi ini tidak ada limbah sablon karena proses penyablonan dikerjakan di tempat usaha lain. Hal ini dilakukan untuk menghindari pencemaran lingkungan akibat zat kimia sablon itu sendiri.

Pemilik UKM merupakan seseorang yang mengetahui seluk beluk tentang UKM tersebut. Dari 5 (lima) UKM konveksi sebagian besar pemilik UKM adalah perempuan Rata-rata umur pemilik usaha konveksi ini ber umur diatas 40 (empat puluh) tahun, dan ada pengelola/pemilik yang mempunyai umur dibawah 30 tahun karena merupakan generasi kedua, sebagian besar pekerjaan UKM merupakan pekerjaan utama.

Tokoh masyarakat merupakan orang yang dihormati karena pengalaman dan kesuksesan yang telah diraihinya, sebagai ketua Rukun Tetangga (RT) , dan telah lama bertempat tinggal di wilayah tersebut. Umur mereka antara 53 – 63 tahun, dan sebagian besar berjenis kelamin laki-laki,

Tenaga kerja sebagian besar perempuan dan ada sebagian kecil responden yang berjenis kelamin laki-laki. Umur mereka berkisar antara 25 sampai 30 tahun dan tempat tinggal dari luar lingkungan UKM dan ada sebagian kecil dari dalam lingkungan UKM.

Anggota masyarakat adalah individu yang berada dalam satu komunitas di lingkungan keberadaan UKM tersebut . Sebagian besar berjenis kelamin perempuan , sedang dua diantara mereka adalah laki-laki, umur mereka berkisar 28 sampai 59 tahun.

Persepsi dan Sikap Masyarakat Tentang Keberadaan UKM Konveksi.

Persepsi, sebagai suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera agar memberikan makna bagi lingkungan (Stephen P. Robbins, 2001: 88) .Persepsi meliputi semua proses yang dilakukan seseorang dalam memahami informasi mengenai lingkungannya, proses pemahaman ini melalui penglihatan, pendengaran, penciuman dan perasaan. Awal terjadinya persepsi di mulai dari suatu situasi atau suatu stimulus. Selanjutnya ketika individu-individu tersebut telah memperoleh stimulus-stimulus dan mulai dengan mempersepsikan obyek/subyek tersebut, kemudian muncul sikap yang merupakan evaluatif mengenai subyek, obyek, orang, peristiwa. Pernyataan tersebut dapat bersifat menguntungkan atau tidak menguntungkan mengenai obyek, subyek , orang atau peristiwa (Stephen P. Robbins, 2001: 138)

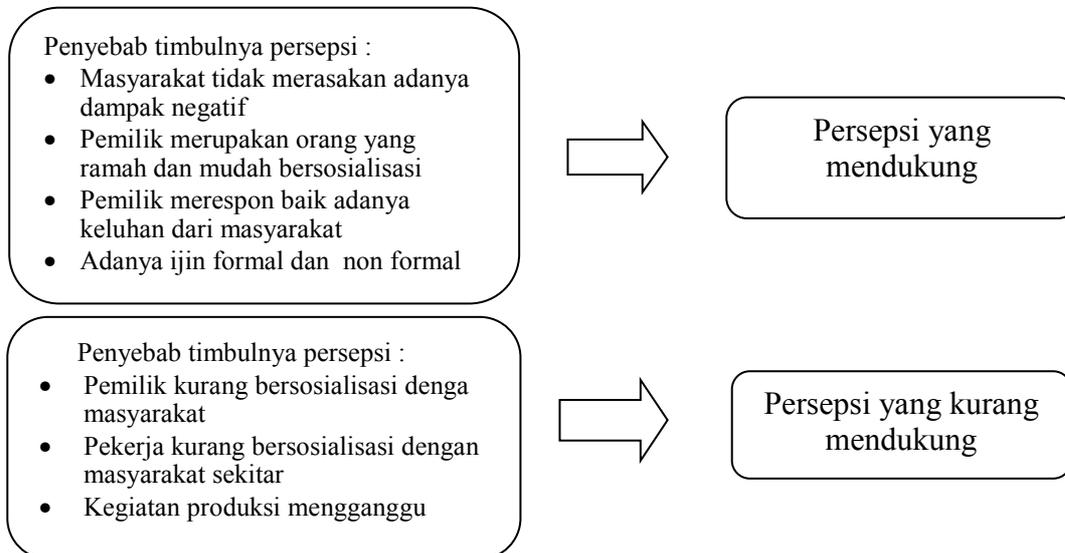
Keberadaan UKM konveksi di persepsikan oleh tenaga kerja pada umumnya positif, walaupun alasan yang di berikan berbeda-beda, perbedaan tersebut di pengaruhi oleh pengalaman dan penafsiran mereka masing-masing.

Keberadaan UKM konveksi dipersepsikan bahwa dengan adanya UKM di wilayah tersebut “memberikan lapangan pekerjaan” khususnya tenaga kerja perempuan,. karena sebagian besar UKM konveksi banyak menyerap tenaga kerja perempuan yang berasal dari lingkungan UKM sendiri maupun dari luar lingkungan.

Alasan bekerja di UKM peraturan yang lebih luwes artinya tidak seketat peraturan bekerja di pabrik, ketika tenaga kerja ada keperluan bisa ijin tidak masuk, walaupun upahnya tetap di potong sesuai dengan waktu tidak bekerja, dan upahnya relatif kecil di banding bekerja di pabrik, tetapi tidak terlalu lelah (capek) Persepsi yang disampaikan oleh tokoh masyarakat juga sama yaitu mempersepsikan positif yaitu tidak ada warga yang merasa terganggu dengan keberadaan UKM, memberikan kontribusi , pemilik UKM berperilaku ramah kepada warga sekitar, pemilik UKM masih mengikuti kegiatan lingkungan (arisan RT), walaupun ada diantara mereka yang mempersepsikan negatif dari salah satu tokoh masyarakat terhadap keberadaan UKM di lingkungan mereka.

Disisi lain keberadaan UKM di persepsikan secara negatif oleh salah satu tokoh masyarakat yaitu tentang bau limbah cat yang di gunakan untuk sablon di buang di selokan umum sehingga menimbulkan bau tidak sedap dan menyengat, disamping itu suara bising dari pemakaian diesel ketika listrik padam dan ada diantara pemilik kurang bersosialisasi dan kurang ramah terhadap warga sekitarnya.

Dari penjelasan di atas dapat digambarkan pada bagan berikut ini :



Dampak Sosial Keberadaan UKM Konveksi

Keberadaan UKM di suatu wilayah dapat berpengaruh terhadap lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Pengaruh tersebut dapat diartikan sebagai dampak terhadap keberadaan UKM. Dampak sosial adalah sebuah bentuk akibat atau pengaruh yang terjadi karena adanya sesuatu hal. pengaruh yang dimaksud adalah akibat yang terjadi pada masyarakat, baik karena suatu kejadian itu mempengaruhi masyarakat atau hal lainnya didalam masyarakat. Analisa dampak sosial adalah suatu kajian yang dilakukan terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat sebagai akibat dari pelaksanaan suatu kegiatan pembangunan di suatu wilayah atau area. (Andi Fardani,2012)

Keberadaan UKM akan menimbulkan dampak positif maupun negatif baik secara sosial maupun ekonomi. Munculnya dampak positif maupun negatif akan mempengaruhi persepsi masyarakat dari keberadaan UKM konveksi tersebut. Munculnya dampak sosial terjadi akibat adanya interaksi antara pemilik konveksi dengan karyawan, pemilik konveksi dengan masyarakat sekitar dan karyawan dari dengan masyarakat sekitar.

Dengan keberadaan UKM akan memberikan dampak positif yaitu UKM memberikan kontribusi terhadap lingkungan sekitar. Kontribusi dari konveksi tersebut biasanya diberikan pada saat hari raya dan pada hari kemerdekaan. Yang berupa doorprise, pembuatan umbul-umbul secara gratis, dan juga seragam regu volley, selain itu juga memberikan donatur di acara pengajian ataupun acara ibu-ibu pkk. Dengan adanya kontribusi dari UKM konveksi tersebut masyarakat diringankan dalam hal kegiatan-kegiatan sosial.

Kontribusi yang baik dari UKM secara tidak langsung akan mempengaruhi keadaan sosial bagi masyarakatnya. Namun karena UKM konveksi masih dibidang usaha skala kecil sehingga kontribusi yang diberikan kepada masyarakat juga belum terlalu besar dan belum bisa sampai merubah gaya hidup masyarakat sekitarnya.

Selain itu salah satu UKM juga memberi kesempatan kepada masyarakat sekitar untuk mengikuti pelatihan dalam bidang ekonomi kreatif berupa keterampilan menjahit dan membuat kerajinan tangan.

Dampak sosial secara negatif ditunjukan dari UKM yang dalam pengolahan limbahnya tidak memperdulikan lingkungan. Seperti sisa kain perca yang ditimbun ditempat UKM yang dekat dengan jalan

yang apabila terkena angin berceceran di jalan sehingga mengganggu kebersihan lingkungan. Pembuangan limbah sablon yang kurang memperhatikan lingkungan juga menimbulkan pencemaran udara berupa bau yang tidak sedap. Karena langsung dialirkan ke selokan warga dan dekat dengan rumah-rumah warga.

Demikian juga berdirinya UKM di lingkungan sekitar masih belum dapat memberikan dampak yang baik bagi infrastruktur di lingkungan sekitarnya. Kebanyakan masyarakat mengaku infrastruktur lingkungannya biasa saja tidak ada pengaruh sebelum ataupun setelah berdirinya konveksi di lingkungan sekitar mereka

Dari penjelasan di atas dampak sosial yang ditimbulkan oleh konveksi dapat dilihat dari ringkasan di bawah ini :

DAMPAK SOSIAL	
POSITIF	NEGATIF
<ul style="list-style-type: none"> • Pemilik memberikan kontribusi terhadap lingkungan. • Pemilik menjadi donatur kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh lingkungan • Memberikan doorprise saat hari kemerdekaan • Memudahkan warga sekitar jika akan memesan seragam 	<ul style="list-style-type: none"> • Limbah yang mengotori lingkungan masyarakat : pengolahan limbah kurang baik • Kebisingan yang ditimbulkan selama proses produksi : suara mesin diesel dan musik yang diputar karyawan terlalu keras

Dampak Ekonomi Keberadaan UKM Konveksi Kota Semarang

Dampak ekonomi keberadaan UKM dapat di tunjukan dengan kekuatan dan keberhasilan UKM, antara lain dengan adanya UKM dapat *menyerap tenaga kerja dan menaikkan taraf ekonomi* masyarakat sekitar dan karyawannya.

Setiap UKM dapat menyerap tenaga kerja, 5 sampai 10 tenaga kerja khususnya perempuan, 2 sampai 3 orang berasal dari masyarakat umum di lingkungan sekitar UKM. sedangkan sebagian besar berasal dari luar lingkungan sekitar . karena UKM lebih mengutamakan keterampilan, dan menghindari timbulnya “Gossip” . Salah satu UKM mempunyai pengalaman, dengan tenaga kerja dari lingkungan UKM (antara lain karang taruna) banyak omongan miring , upah rendah, UKM banyak keuntungan, akibatnya banyak masyarakat yang datang untuk pinjam uang.

Ketika UKM membutuhkan tenaga kerja , penyampaian informasi dengan cara dari mulut kemulut {Getok Tular” lewat tenaga kerja yang sudah bekerja dan ada diantara UKM yang memasang iklan di media massa.

Temuan ini berbeda dengan hasil temuan Rodhiyah (2012) UKM yang ada banyak mempekerjakan tenaga kerja yang sebagian besar berasal dari lingkungannya dengan alasan dekat rumah sehingga saat istirahat dapat pulang ke rumah untuk mengerjakan pekerjaan rumah dan aturan tidak terlalu ketat, walaupun upah tidak sesuai karena fungsinya hanya untuk membantu suami.

Disamping itu berkembangnya usaha-usaha lain antara lain warung makan , tempat kost/kontrakan rumah. Toko sembako dan warung makan disekitar menjadi lebih ramai karena tenaga kerja saat istirahat memanfaatkan waktunya untuk makan ataupun hanya untuk membeli jajanan atau rokok meskipun ada beberapa UKM yang menyediakan makan siang.

Ada satu UKM yang melakukan strategi usaha dengan membuka cabang usaha diberbagai macam usaha antara lain toko sembako, toko makanan ringan dan toko hasil produksinya. Hal ini bertujuan agar pegawainya ketika akan membeli sesuatu terutama ketika gajiannya tenaga kerja membelanjakan uangnya ke UKM tersebut misal dengan membeli keperluan bulanan, pakaian dalam ataupun hanya sekedar membeli minuman dan jajanan.

Dari penjelasan di atas dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh konveksi dapat di lihat dari ringkasan di bawah ini :

DAMPAK EKONOMI	
Penyerapan tenaga kerja	Masyarakat sekitar dapat bekerja pada UKM konveksi tersebut, namun dalam perekrutanya pemilik UKM masih memprioritaskan keahlian dalam seleksi karyawan baru, namun hal ini sudah dapat membantu mengurangi pengangguran di wilayah sekitar UKM berdiri dan dapat memberikan penghasilan terhadap warga sekitar yang bekerja pada UKM tersebut.
Berkembangnya usaha lain disekitar keberadaan UKM	Berkembangnya usaha toko sembako, warung makan karena pada saat istirahat tenaga kerja memanfaatkan waktunya untuk makanan ataupun membeli jajanan, dan tempat kost dan rumah kontrakan dekat dengan UKM

Simpulan dan Saran.

UKM Konveksi memproduksi pakaian jadi antara lain kaos olah raga, training olah raga, jaket, jasa sablon dan lpakaian jadi, handy Craft. Produksi dibuat berdasarkan pesanan dalam jumlah besar dan kecil, dan ada sebagian yang memproduksi massal. Pemilik dari UKM sebagian besar perempuan yang berumur antara 30 - 40tahun Pengelolaan /pemilik ada yang sudah generasi kedua (anak), karena orang tua meninggal dan ada yang memperluas usahanya.

Tenaga kerja sebagian besar perempuan yang berumur antara 25 - 49 tahun. Karyawan yang bekerja di UKM sebagian besar berasal dari luar lingkungan konveksi dan ada yang berasal dari warga sekitar. Tokoh masyarakat adalah ketua Rukun Tetangga (RT), umur 53-63 tahun. Masyarakat umum rata-rata bertempat tinggal dilingkungan tersebut sebelum konveksi berdiri, umur 28 - 59 tahun.

Sebagian besar masyarakat memberikan persepsi yang mendukung keberadaan UKM konveksi. karena pemilik UKM termasuk orang yang ramah dan bersosialisasi dengan lingkungannya, pemilik merespon baik jika ada keluhan dari warga sekitar. Seluruh UKM telah mempunyai ijin secara formal (mempunyai SIUP) dan non formal (ijin warga dan RT) ,tidak meresahkan warga.Sedangkan persepsi yang kurang mendukung adalah UKM kurang sosialisasi dengan masyarakat sekitarnya dan sebagian tenaga kerja yang berperilaku arogansi dengan membunyikan musik terlalu keras dan penggunaan diesel yag menimbulkan kebisingan (ketika lampu padam).

Dampak sosial positif meliputi : UKM ikut berpartisipasi dalam kegiatan lingkungan : memberikan kontribusi kepada lingkungan berupa memberi donatur kepada kegiatan-kegiatan masyarakat, memberikan doorprise untuk memeriahkan hari kemerdekaan, memberi seragam olah raga kepada masyarakat dan dimudahkannya warga sekitar dalam pemesanan seragam.

Sedangkan dampak negatif keberadaan UKM Konveksi meliputi : masyarakat terganggu dengan kebersihan lingkungan masih kurang (pembuangan limbah kain berceceran di jalan) dan kebisingan yang timbul akibat karyawan memutar musik terlalu keras dan pemakaian diesel saat mati lampu. Tempat parkir (sepeda motor) dari tenaga kerja kurang memerhatikan kenyamanan lingkungan”parkir seenaknya saja”.

Dampak Ekonomi keberadaan UKM Konveksi membuka lapangan kerja khususnya tenaga kerja perempuan baik sebagai pencari nafkah utama maupun mambantu suami .Penyerapan tenaga kerja diprioritaskan warga sekitar namun masih mengutamakan warga yang mempunyai pengalaman dan keterampilan khususnya untuk tenaga kerja tetap,akibatnya tenaga kerja tetap sebagian besar dari luar lingkungan UKM, sedangkan penyerapan tenaga kerja tidak tetap dilakukan ketika UKM mendapat pesanan lebih besar, biasanya merekrut tenaga kerja yang kurang trampil maupun kurang pengalaman untuk pekerjaan yang relatif tidak memerlukan ketrampilan khusus dengan upah relatif lebih rendah (misalnya bagian “mbatil”, seterika). Perekrutan tenaga kerja ditawarkan lewat karyawan (gepok Tular) dan juga diantara mereka ada yang lewat iklan di media cetak (surat kabar di Semarang).

Berkembangnya toko sembako dan warung makan disekitar UKM karena tenaga kerja saat istirahat Memunculkan diversifikasi usaha dengan membuka toko produknya dan toko sembako. Berkembangnya tempat kost maupun rumah kontrakan, karena tenaga kerja dari luar biasanya kontrak/konst dekat dengan keberadaan UKM tersebut.

SARAN

Pemilik UKM Konveksi yang masih tertutup diharapkan lebih terbuka dan mau bersosialisasi dengan warga sekitar.

UKM Konveksi diharapkan mampu mengolah limbah dengan baik dan memperhatikan lingkungan sekitar, dan tidak membuang/menempatkan sisa-sisa produksi di sembarang tempat. Pemilik UKM diharapkan memprioritaskan warga sekitar yang ingin bekerja dengan memberikan pelatihan keterampilan.Pemilik diharapkan memberikan masukan terhadap tenaga kerja agar lebih berperilaku santun dengan masyarakat sekitar dan tidak arogansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous , *Kota Semarang dalam Angka*, BPS (2014)
....., *Sakernas* (2010), BPS.Jakarta>
....., *Survei Industri Mikro dan Kecil* (2012) , Disperindagkop, Jakarta
....., *Undang-Undang RI No 20 Tahun 2008*
Andi Fardani,(2012),*Dampak Sosial Keberadaan PT Vale Indonesia tbk Terhadap Kehidupan Masyarakat*,Universitas Hasanuddin,Makasar
Bertens,K,(2000), *Pengantar Etika Bisnis* , Kanisius, Yogyakarta.
Harimurti Subanar,(2011), *Management Usaha Kecil”* ,, Yogyakarta, BPFE.
Lexy J. Moleong, MA, (1993), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung , Remaja Rosdakarya,
Panuju , Redi, (1995), *Etika Bisnis*, Jakarta, Gramedia Widiasarana Indonesia
Sony Keraf, (1998), *Etika Bisnis; Tuntutan Dan Relevansi*, Kanisius, Jakarta.
Stephen P. Robin, (2001), *Perilaku Organisasi*, Prenhalindo, Jakarta.
Suryana, (2013), *Kewirausahaan, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat, Jakarta,
Zulkifli, (2013),*Analisis Dampak Ekonomi Sosial Budaya Kesehatan Masyarakat Akibat Penambangan Emas di Kecamatan Sawang Aceh Selatan*,Jurnal Ekonomika,vol 4:7,Universitas Bireun,Aceh