

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan Permodalan dan Pemasaran serta Implikasinya pada Kinerja dan Kesejahteraan Wanita Penerima Bantuan Kelompok Usaha Bersama (KUBE)

Yuce Sariningsih

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung

E-mail : yucesaeiningsih@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research was obtained empirical evidences and found the intelligibility of the phenomenon of the effect Capital and Marketing Capabilities and Implications on Performance and Women Welfare Recipient Business Group (KUBE).. The research method used descriptive and verification method. The independent variables were : The influence of Creativity, Innovation, and Skills. Capital Capabilities and Marketing Capabilities (Y2) as intervening variable and the dependent variable was Performance and Welfare. SEM analysis was used to examine the models and hypothesis.

The results of this study show that: (1) Creativity, Innovation and Skills simultaneously have a significant and positive impact on the ability of capital, (2) Creativity, Innovation and Skills simultaneously have a significant and positive impact on the ability of marketing, (3) Capital and Capabilities Marketing Capabilities have positive influence on the performance of management KUBE; (4) the performance has positive effect on the welfare of KUBE management.

Key words: Creativity, Innovation, Skills, Capital Capabilities, Marketing Capabilities, Performance and Welfare.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini diperoleh bukti empiris dan menemukan kejelasan tentang fenomena efek Modal dan Kemampuan Pemasaran dan Implikasi Terhadap Kinerja dan Kesejahteraan Perempuan Penerima Kelompok Usaha Bersama (KUBE). Metode penelitian yang digunakan deskriptif dan metode verifikasi. Variabel bebas dari penelitian ini adalah: Pengaruh Kreativitas, Inovasi, dan Keterampilan. Kemampuan Permodalan dan Kemampuan Pemasaran sebagai variabel perantara dan variabel dependen ialah Kinerja and Kesejahteraan. SEM analysis digunakan untuk menguji model dan hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kreativitas, Inovasi, dan Keterampilan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kemampuan permodalan; (2) Kreativitas, Inovasi, dan Keterampilan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kemampuan pemasaran; (3) Kemampuan Permodalan dan Kemampuan Pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja pengelola KUBE; (4) Kinerja berpengaruh positif terhadap kesejahteraan pengelola KUBE.

Kata Kunci : Pengaruh Kreativitas, Inovasi, dan Keterampilan, Kemampuan Permodalan, Kemampuan Pemasaran, Kinerja dan Kesejahteraan.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu cara untuk mengatasi fenomena kemiskinan di Indonesia sebagai dampak dari krisis ekonomi yang berkepanjangan. Kewirausahaan dapat menjadi indikator maju atau tidaknya suatu negara, namun kewirausahaan masih belum diminati oleh sebagian besar penduduk Indonesia.

Wirawan (2009:9) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dari kondisi kemiskinan yang dialami oleh masyarakat Indonesia saat ini dalam bentuk krisis ekonomi terhadap taraf kesejahteraan tersebut sebagai berikut: "Krisis ekonomi dan keuangan serta krisis global yang melanda Indonesia telah meningkatkan inflasi, menurunkan nilai nominal upah pekerja, dan selanjutnya menurunkan daya beli, dan bermuara pada rendahnya tingkat kesejahteraan pekerja".

Salah satu upaya pemerintah Indonesia untuk mengatasi kemiskinan tersebut adalah dengan menyelenggarakan pembangunan sosial dengan menggerakkan sektor usaha, dan usaha kecil justru terbukti mampu bertahan ketika menghadapi krisis ekonomi. Namun masih terdapat kelemahan dalam hal manajemen pada pelaksanaan usaha kecil tersebut, hal ini dikemukakan oleh Bustami et. al., (2007:5): "Dunia usaha saat ini sangat bersifat spesialisasi. Seorang pemilik perusahaan kecil tidak mempunyai keterampilan untuk semua bidang manajemen, padahal ia bertanggung jawab terhadap Sumber Daya Manusia (SDM), pembelian, keuangan, administrasi dan operasional sehari-hari, ini menyebabkan kekurangan pengelolaan secara menyeluruh. Seorang pemilik tunggal cenderung untuk melakukan sesuatu secara berlebihan dari bidang yang dikuasai dan mengabaikan bidang yang lemah".

Fakta tentang pentingnya pendidikan bisnis baik secara formal maupun informal untuk meningkatkan keterampilan, dan masih rendahnya tingkat pendidikan para pengusaha kecil di Indonesia dinyatakan oleh Indonesia Policy Briefs, Gagasan untuk Masa Depan: "Pendidikan bisnis dan pendidikan profesional di Indonesia saat ini telah tertinggal. Agar masyarakat dapat memiliki

semangat kewirausahaan, upaya-upaya baru dan radikal yang mengarah kepada pendidikan lebih tinggi dalam skala besar tertentu amat sangat dibutuhkan. Kurikulum harus terfokus kepada pengembangan nilai-nilai kewirausahaan, kebudayaan, promosi terhadap inovasi, penguasaan keahlian manajerial yang kontemporer dan spesialisasi profesi. Pemerintah dapat mendorong perkembangan usaha kecil melalui skema pendidikan yang lebih baik". (worldbank.or.id, 2005:3). Penjelasan tersebut menjelaskan betapa pentingnya faktor pendidikan untuk meningkatkan kualitas ketrampilan dalam membentuk jiwa kewirausahaan pengusaha kecil.

Bentuk usaha kecil ini menjadi salah satu dasar diluncurkannya program Kementerian Sosial pada tingkat nasional untuk mengatasi kemiskinan, yaitu dengan meluncurkan kegiatan usaha ekonomi produktif bagi masyarakat yang kurang beruntung melalui Kelompok Usaha Bersama (KUBE), yang sejalan dengan konsep usaha kecil. Kelembagaan ini relevan untuk melaksanakan pembangunan sosial ekonomi pada strata masyarakat terbawah, yang harus mendapatkan dukungan dari berbagai pihak terutama pihak pemerintah pusat maupun daerah.

Pada tingkat propinsi, kegiatan usaha ekonomi produktif melalui Kelompok Usaha Bersama (KUBE) diselenggarakan oleh Dinas Sosial Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Keseluruhan pembiayaan dalam pelaksanaan kegiatan bimbingan Usaha Ekonomi Produktif melalui Kelompok Usaha Bersama (KUBE), yang diantaranya ditujukan bagi Wanita Rawan Sosial Ekonomi (WRSE) dialokasikan dalam Dokumen Penggunaan Anggaran berdasarkan SK Gubernur Jawa Barat No. 72 Tahun 2007, tentang Standar Biaya Belanja Daerah Pemerintah Propinsi Jawa Barat Tahun Anggaran 2008. Mengacu pada Pedoman Pelaksanaan dan Petunjuk Teknis, Kegiatan Bimbingan Usaha Ekonomis Produktif bagi Wanita Rawan Sosial Ekonomi, Pemerintah Propinsi Jawa Barat, Dinas Sosial (2008) dinyatakan bahwa: "KUBE merupakan upaya

pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan ekonomi nasional, yang di masa depan diharapkan dapat menjadi *embryo* UMKM serta mendorong perekonomian penyandang masalah kesejahteraan sosial”.

Kehadiran Kelompok Usaha Bersama (KUBE) pada hakekatnya telah memberikan kontribusi kepada masyarakat agar mampu mengatasi kesulitan ekonomi yang mendasar. Melalui KUBE setiap masyarakat dapat mengembangkan kinerjanya agar dapat mengelola usaha ekonomi produktifnya secara optimal, serta mendapatkan penghasilan yang lebih baik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas hidup dan tingkat kesejahteraannya.

Pelaksanaan KUBE juga masih menemui berbagai kendala, beberapa permasalahan berkaitan dengan pencapaian tujuan pengembangan Kelompok Usaha Bersama (KUBE), yang sangat bergantung kepada :

1. Pihak eksternal, yang terkait dengan sejauhmana peranan dan bantuan pihak pemerintah, sejauhmana peranan dan bantuan pihak dunia usaha, dan kepada sejauhmana peranan dan bantuan dari pihak kelompok/lembaga swadaya masyarakat, pihak perguruan tinggi, dan pihak-pihak lainnya yang mempunyai kepedulian terhadap kalangan bawah.
2. Pihak internal, yang terkait dengan kualitas kelembagaan KUBE, kemampuan modal ekonomi anggota, pendidikan dan pelatihan, jiwa kewirausahaan, strategi kemitraan, serta aspek-aspek lainnya”.

KUBE mengutamakan terwujudnya kewirausahaan pada setiap anggota dalam kelompok tersebut, yang intinya adalah terciptanya kreativitas dan inovasi sebagai komponen penting dalam menggerakkan roda ekonomi KUBE, dan permasalahan berkaitan dengan rendahnya kewirausahaan di kalangan anggota KUBE diungkapkan dalam www.formulabisnisnet.com , bahwa: “Kemandirian dan tumbuhnya sikap kewirausahaan dalam diri Wanita Rawan Sosial Ekonomi (WRSE) sangat sulit jika tanpa ada

stimulan permodalan. Permasalahannya adalah masih banyak kondisi ekonomi keluarga yang tidak hanya butuh perhatian dari suami, tetapi membutuhkan bantuan juga dari peran wanita dalam mencari nafkah keluarga,”. Hal ini menyiratkan bahwa stimulan permodalan juga memegang peranan penting dalam mencapai keberhasilan KUBE.

Penelitian ini memfokuskan pada salah satu penerima dana KUBE, yaitu Wanita Rawan Sosial Ekonomi (WRSE), hal ini didasarkan pada:

1. Kelompok wanita memiliki karakteristik kerentanan yang tinggi, baik secara sosial maupun ekonomi dan atau kombinasi kedua faktor tersebut, yang kemungkinan besar akan menjerat mereka ke dalam situasi yang menyulitkan. (Pedoman Pelaksanaan dan Petunjuk Teknis Bimbingan UEP bagi WRSE, 2008).
2. Kondisi kemiskinan dapat membawa kelompok wanita terjerumus pada situasi kemiskinan absolut dan hilangnya harga diri. Dewasa ini, populasi wanita rawan sosial ekonomi di Propinsi Jawa Barat yang belum mendapatkan pelayanan sosial ekonomi melalui KUBE tercatat sebanyak 126.656 orang (Pendataan PMKS, Dinsos Propinsi Jawa Barat, 2006).
3. Para pembuat kebijakan sering melupakan potensi wirausahawan yang luar biasa golongan miskin, terutama perempuan dan anak-anak dari keluarga miskin. (Muhammad Yunus, 2008:12).
4. Kaum wanita miskin tidak memiliki keterampilan wirausaha yang dibutuhkan untuk masuk ke arena usaha dan merebut pasar produk, sehingga usaha yang dijalankannya hanya menjangkau prospek dalam jangka pendek saja, dan kinerjanya rendah. (Irene, 2008:22).

Dalam hal permodalan bisnis, pria pengusaha lebih leluasa memperoleh sumber modal, sedangkan wanita pengusaha memperoleh sumber modal dari tabungan, harta

pribadi dan pinjaman pribadi. (Buchari Alma, 2008:47).

Pengelolaan KUBE harus mengacu pada manajemen karena bukan semata-mata kegiatan *phylantrophy*, tetapi di samping itu pemerintah telah menyalurkan sejumlah dana yang besar untuk penyelenggaraan program tersebut, sehingga efektivitas dan efisiensi menjadi tujuan akhir dari manajemen KUBE. Jika dianalogikan dengan usaha kecil, maka pada KUBE dapat diaplikasikan manajemen strategis dengan pertimbangan yang dikemukakan oleh Hunger et. al.(2003:501) bahwa:

Perusahaan kecil dapat mengaplikasikan manajemen strategis, karena dapat lebih mengandalkan produk maupun jasa yang lebih inovatif. Penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategis berkaitan erat dengan kinerja keuangan perusahaan kecil. Sayangnya, banyak perusahaan kecil yang masih belum menggunakan manajemen strategis.

Manajemen strategis pada usaha kecil juga harus menempuh tahapan-tahapan yang terdiri dari:

1. Menentukan misi; apa tujuan keberadaan organisasi?
2. Menentukan tujuan; Apa yang akan dicapai?
3. Perumusan strategi; Bagaimana bersaing dan mencapai sasaran?
4. Menentukan kebijakan; Aturan apa yang harus diikuti agar dapat mengerjakan kegiatan dengan baik?
5. Membuat program; Bagaimana mengelola operasi perusahaan semurah dan sebaik mungkin?
6. Menyiapkan anggaran; Berapa banyak biaya diperlukan dari mana dana tersebut diperoleh?
7. Menentukan prosedur; Seberapa rinci harus menjelaskan tugas-tugas yang akan dikerjakan?
8. Mengukur kinerja; Faktor-faktor apa yang akan menentukan kesuksesan dalam bekerja?

Terdapat tiga tahapan dalam proses manajemen stratejik menurut David (2006:6), yaitu terdiri dari: "Formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi". Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternative strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.

Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif dan mengarahkan usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memberdayakan system informasi, dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi. Selanjutnya David (2006:7) menyatakan bahwa: "Suksesnya implementasi strategi terletak pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan, yang lebih tepat disebut seni daripada ilmu. Strategi yang telah diformulasikan tetapi tidak diimplementasikan tidak memiliki arti apapun".

Manajemen KUBE masih terbatas pada bentuk kegiatan untuk mengetahui gambaran aktivitas KUBE dalam hal ketertiban dalam pelaksanaan, yang dirancang secara sederhana. Kegiatan administrasi juga menjadi catatan perkembangan KUBE serta langkah-langkah yang pernah diambil dalam rangka peningkatan kesejahteraan sosial. Manajemen KUBE terdiri dari item indikator sebagai berikut:

1. Buku Keanggotaan; Buku tentang anggota yang dibuat untuk mengetahui jumlah anggota yang keluar dan masuk.
2. Buku Kegiatan Keanggotaan; Setiap kegiatan anggota seperti rapat, arisan atau

- kegiatan KUBE lainnya dicatat, sehingga dapat diketahui bersama laju aktivitasnya.
3. Buku Tabungan; Modal yang dikumpulkan, termasuk di dalamnya bantuan serta iuran kesetiakawanan sosial perlu dicatat dengan tertib.
 4. Buku Keuangan; Buku ini untuk mencatat aset modal dan pengeluaran.
 5. Buku Tamu; Buku ini mencatat pengunjung dari luar anggota kelompok yang ingin mengetahui perkembangan KUBE, seperti pendamping KUBE, tokoh masyarakat, petugas sosial dari Dinas Kota, Propinsi maupun Pusat, ataupun pihak-pihak lain yang mempunyai rasa kepedulian dengan keberadaan KUBE.
 6. Laporan Kegiatan; Karena banyak KUBE yang usahanya berbeda, maka perlu ada buku laporan secara berkala dari masing-masing KUBE.

Pada kebanyakan usaha kecil, manajemen yang buruk menjadi masalah utama dari kegagalan usaha, demikian juga hal ini dapat menjadi penyebab utama gagalnya KUBE dalam mencapai tujuan. Hal yang mematikan usaha kecil biasanya tidak banyak berhubungan dengan kekurangan uang, bakat atau informasi, akan tetapi lebih berhubungan dengan sesuatu yang lebih mendasar, yaitu kurangnya pemahaman dan pelaksanaan manajemen yang sesungguhnya harus diaplikasikan. Dengan demikian, tidak ada alasan bagi perusahaan kecil maupun KUBE untuk tidak berorientasi pada aplikasi manajemen untuk meningkatkan kreativitas, inovasi dan ketrampilan. Pengusaha kecil sebaiknya memanfaatkan setiap peluang pelatihan untuk meningkatkan kreativitas yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan besar lainnya dan mengajukan banyak pertanyaan, sehingga mulai dapat mengembangkan rencana bisnis berdasarkan kreativitas dan inovasinya. Kreativitas dan inovasi memiliki kaitan yang erat satu sama lain. Zimmerer et.al.(2005:41) menyatakan eratnya hubungan antara kreativitas, inovasi dan keterampilan dalam pengembangan usaha sebagai berikut:

Berpikir kreatif dan inovatif telah menjadi inti ketrampilan bisnis, dan wirausahawan menjadi pemimpin dalam usaha mengembangkan dan menerapkan ketrampilan tersebut. Kreativitas dan inovasi sering menjadi jantung bagi kemampuan perusahaan kecil untuk dapat bersaing dengan pesaing mereka yang lebih besar.

Kreativitas dan inovasi juga merupakan kriteria kegiatan pendampingan sosial dalam pelaksanaan KUBE, sehingga anggota KUBE diharapkan memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi pula. Hal ini dinyatakan dalam Panduan Umum Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif Fakir Miskin melalui KUBE dan LKM (2004:115): "Setiap KUBE memiliki karakteristik yang khas dan spesifik, baik dari sumber daya, adat istiadat maupun kebiasannya. Oleh karena itu, pendamping sosial selain harus mampu menggali potensi dalam memanfaatkan sumber untuk dijadikan sumber pemberdayaan, juga harus mampu mengembangkan kreativitas dan daya inovasinya guna meningkatkan kemampuan anggota KUBE dalam mengenali dan mendayagunakan potensi yang dimilikinya. Kreativitas dan inovasi pada akhirnya menjadi tujuan dari anggota KUBE dalam menjalankan usahanya".

KUBE mengarahkan anggotanya menjadi wirausahawan yang tangguh, dan kewirausahaan berkembang apabila ada peluang usaha, motivasi untuk menjadi wirausaha dan mempunyai kompetensi/keahlian. Terdapat saling keterkaitan dari berbagai kompetensi yang menunjang kewirausahaan, yaitu terkait dengan unsur kreativitas, inovasi, ketrampilan, strategi permodalan dan strategi pemasaran. Kompetensi yang harus dimiliki oleh wirausaha meliputi juga ketrampilan dalam memformulasikan dan melaksanakan strategi permodalan serta strategi pemasaran. (Yuyun Wirasmita, 2008:1)

Kompetensi dan ketrampilan yang diperlukan bagi seorang wirausaha meliputi kompetensi dalam manajemen produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia (*functional management*), ditambah kompetensi dalam *networking*, negosiasi dan manajemen kreativitas dan inovasi.

Untuk menjadi seorang wirausahawan sejati diperlukan kreativitas dan inovasi yang tiada henti, sehingga dapat dikatakan bahwa inti dari wirausaha adalah kreativitas dan inovasi. Hal ini dinyatakan oleh Buchari Alma (2008:67): "Entrepreneur merupakan satu kelompok orang yang mengagumkan, manusia kreatif dan inovatif". Perbedaan antara kreativitas dan inovasi secara sederhana dapat dikatakan bahwa *creativity thinking new thing, innovation doing new thing*. Selanjutnya Yuyun Wirasmita (2008:5) memperkuat pernyataan tersebut bahwa: "Kreativitas adalah gagasan baru, sedangkan inovasi adalah komersialisasi/aplikasi dari gagasan baru". Kreativitas tidak begitu saja terjadi dalam suatu organisasi, wirausahawan harus menciptakan lingkungan yang dapat menyuburkan kreativitas, bagi diri sendiri maupun karyawannya. Zimmerer et.al.(2005:52) menyatakan cara meningkatkan kreativitas inidvidu sebagai berikut:

1. Merangkul / menerima keragaman; mempekerjakan orang-orang dengan berbagai macam latar belakang, pengalaman budaya, hobi dan minat.
2. Memperkuat ide kreatif; memberikan ijin bagi karyawan untuk menjadi kreatif.
3. Mentolerir kegagalan; kreativitas membutuhkan pengambilan peluang, dan manajer harus menghilangkan perasaan takut karyawan akan kegagalan.
4. Mendorong rasa ingin tahu; mampu mendobrak asumsi-asumsi yang membatasi kreativitas.
5. Memandang masalah sebagai tantangan; setiap masalah manawarkan peluang untuk kreativitas.
6. Memberikan pelatihan kreativitas; hampir semua orang memiliki kapasitas untuk

menjadi kreatif, tetapi mengembangkan kapasitas tersebut memerlukan pelatihan.

7. Memberikan dukungan; Wirausahawan harus memberikan alat dan sumber daya yang diperlukan oleh karyawannya agar bisa menjadi kreatif. Salah satu sumber daya yang bernilai adalah waktu.
8. Mengembangkan prosedur untuk menangkap ide-ide; tidak setiap organisasi siap untuk menangkap ide-ide kreatif, yang layak disayangkan adalah bahwa ide-ide bisa saja menguap.
9. Memberikan penghargaan atas kreativitas; Penghargaan financial dapat menjadi motivator efektif dalam perilaku kreatif, tetapi penghargaan non moneter-pujian, pengakuan, dan perayaan-dapat lebih menjadi insentif yang sangat kuat.

Kreativitas bukan sifat bawaan, namun dapat dipelajari dan dikembangkan. Berkaitan dengan hal tersebut, Alex Osborn (dalam Yuyun Wirasmita, 2008:5) mengembangkan teknik untuk menilai kreativitas yang dikenal dengan Osborn Check List, yang terdiri dari: "*Adapt, modify, magnify, minify, substitute, rearrange, reverse dan combine*". Komponen tersebut dapat menjadi indikator kreativitas untuk mengetahui sejauhmana gagasan yang muncul berkaitan pengembangan usaha.

Pengusaha kecil sebagai wirausahawan harus terus menerus membuka jalan kreativitas mereka. Tingkat perubahan yang sangat cepat telah menciptakan lingkungan yang memerlukan kreativitas dan inovasi agar dapat tetap bertahan pada posisinya. Dengan demikian solusi kreatif sangat diperlukan untuk meningkatkan kemampuan permodalan dan kemampuani pemasaran yang telah dirumuskan. Hal ini dikemukakan oleh Zimmerer et.al.(2004:43): "Seorang wirausahawan harus mengantisipasi bahwa pesaing lain sedang bekerja keras mengembangkan solusi kreatif yang unik dalam bidang pengelolaan modal usaha dan pemasaran lain yang lebih kreatif". Perusahaan

besar sekalipun yang telah meraih posisi memimpin dalam industri tetapi kemudian berhenti kreativitasnya, maka akan segera digantikan oleh pesaingnya.

Secara sederhana, kreativitas mempengaruhi kemampuan permodalan yang tercermin pada kemampuan usaha kecil dalam pembukuan, hal ini menjadi komponen penting dalam pelaksanaan usaha meskipun dilaksanakan secara sederhana, yakni dalam bentuk buku-buku manual seperti buku catatan, agenda atau bahkan dalam kertas-kertas lainnya. Salah satu tujuan pembukuan ini adalah agar usaha kecil mendapatkan bantuan modal usaha, berkaitan dengan pengelolaan keuangan tersebut, Golrida (2008:1) menyatakan: Laporan keuangan usaha kecil sebagai wujud kreativitas diperlukan untuk mencapai tujuan yang sederhana, yakni mengevaluasi kinerja dan alat perencanaan usaha, serta mendapatkan dana dari institusi keuangan, khususnya perbankan untuk mengembangkan usaha.

Kreativitas yang muncul untuk pengembangan usaha kecil tidak akan berarti tanpa diwujudkan dalam suatu tindakan, yaitu dalam bentuk inovasi. Yuyun Wirasasmita (2008:5) menyatakan bahwa inovasi merupakan aplikasi dari gagasan yang kreatif: "Kreativitas adalah gagasan baru, sedangkan inovasi adalah komersialisasi/aplikasi dari gagasan baru". Untuk menciptakan aktivitas yang lebih inovatif, manajemen KUBE harus mengembangkan budaya kewirausahaan sebagai budaya yang terbuka terhadap alih teknologi baru ke dalam produk dan aktivitas usaha. Usaha kecil harus fleksibel, mampu menerima perubahan dan bersedia menerima kegagalan sebagai jalan menuju sukses.

Inovasi yang dikemukakan oleh Zimmerman et.al. (2005:40) adalah: "Kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan orang-orang". Inovasi dan kreativitas merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan. Wirausahawan dapat memadukan pikiran kreatif dan imajinatif dengan kemampuan proses yang logis dan sistematis. Wirausahawan

yang potensial selalu mencari kesempatan yang unik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Inovasi bagi wirausahawan lebih bersifat memanfaatkan perubahan daripada menciptakannya. Mencari inovasi dilakukan dengan memanfaatkan perubahan pada penemuan yang menyebabkan terjadinya perubahan. Inovasi berkaitan erat dengan kreativitas, hal ini dinyatakan juga oleh Machfoedz et.al.(2004:19) bahwa: "Ide inovatif dapat bersumber pada kreativitas eksternal dan kreativitas internal". Inovasi merupakan hasil pencarian suatu kesempatan yang dilakukan dengan sepenuh hati. Proses ini dimulai dengan analisis sumber daya kesempatan yang menjadi objek. Peter F.Drucker (dalam Machfoedz et. al., 2004:24) menyatakan bahwa: Inovasi bersifat konseptual dan perseptual, dapat dipahami dan dilihat. Inovator harus melihat, bertanya dan mendengar orang lain dalam mencari inovasi. Mereka berpikir keras dengan segenap kemampuan otaknya. Mereka melakukan perhitungan dengan cepat dan mendengarkan pendapat orang lain, serta memperhatikan potensi pengguna inovasi yang dicarinya untuk memenuhi harapan, nilai dan kebutuhan.

Pada umumnya, usaha kecil menghadapi masalah permodalan dan pemasaran, yang satu sama lain terkait erat. Keterkaitan antara modal dan pemasaran dikemukakan oleh Kotler et.al. (2007:4) sebagai berikut: "Keberhasilan keuangan sering tergantung pada kemampuan pemasaran".

Kegiatan pemasaran juga harus mempertimbangkan berbagai aspek yang berkaitan dengan pengembangan modal usaha, sehingga tenaga pemasaran harus memiliki keahlian untuk meracik secara cermat semua unsur pemasaran. Lebih lanjut, Faisal Afiff (2003:145) menyatakan bahwa: "Para tenaga pemasaran yang proaktif perlu benar-benar paham dengan perkiraan neraca dan rugi/laba, rasio produktivitas dan rasio

keuangan lainnya". Pada usaha kecil, kegiatan pemasaran dan usaha pengembangan modal usaha dilakukan sendiri oleh pemilik, sehingga kedua komponen ini jelas saling berhubungan satu sama lainnya dalam mencapai tujuan usaha.

Kegiatan pemasaran mempengaruhi seluruh komponen usaha kecil, termasuk sangat mempengaruhi pengembangan modal usaha, hal ini dikemukakan oleh Zimmerer et.al.(2005:202): "Dalam bisnis kecil, fungsi pemasaran mempengaruhi setiap aspek kegiatan, dari keuangan dan produksi hingga perekrutan dan pembelian, dan juga dalam keberhasilan perusahaan tersebut".

Kemampuan permodalan dan kemampuan pemasaran usaha kecil pada dasarnya tetap harus dikembangkan untuk mencapai kinerja yang diharapkan. Modal dan teknologi pemasaran merupakan salah satu masukan atau faktor produksi yang layak dipertimbangkan. Pendekatan manajemen profesional lebih menekankan pada efisiensi dalam mencapai sasaran organisasi, dengan kata lain berorientasi pada pencapaian kinerja.

Kesejahteraan anggota menjadi salah satu tujuan penyelenggaraan KUBE, menurut Thackeray et.al.(1994:3): "*Social welfare, in a broad sense, encompasses the well being and interest of large numbers of people, including their physical, mental, emotional, spiritual, and economic needs. Economically it is a big business*".

Definisi tersebut menyiratkan bahwa pemenuhan kebutuhan dasar manusia tidak terlepas dari kegiatan-kegiatan usaha ekonomis produktif, karena melalui kegiatan tersebut diharapkan masyarakat yang kurang mampu mendapat penghasilan yang layak.

Indikator telah tercapainya taraf kesejahteraan anggota KUBE secara minimal dapat mengacu pada indikator keberhasilan KUBE yang dijelaskan pada Panduan Umum Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif Fakir Miskin melalui KUBE dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) (2004:70)

sebagai berikut: "Indikator keberhasilan anggota KUBE adalah sebagai berikut:

A. Bidang Kegiatan Kelembagaan

1. Kepengurusan dan pembagian tugas sudah ada dan sudah dijalankan sebagaimana mestinya.
2. Administrasi kelompok yang meliputi; buku daftar anggota kelompok, buku tamu, buku kegiatan/agenda kelompok, buku kas/keuangan, buku inventaris, buku simpan pinjam sudah ada dan sudah diterapkan dengan baik.
3. Kerjasama di antara anggota KUBE sudah berjalan dengan baik.
4. Proses pengambilan keputusan sudah didasarkan atas musyawarah anggota.
5. Pertemuan anggota sudah berlangsung secara rutin dan dilakukan pencatatan serta ditindaklanjuti.

B. Bidang Kegiatan Sosial

1. Motivasi berkelompok (potensi sosial) sudah baik yang ditunjukkan dengan minimal 2/3 kehadiran anggota pada setiap pertemuan yang diadakan.
2. Kerjasama kelompok sudah baik yang dilihat dari koordinasi dan kekompakan kelompok.
3. Tanggung jawab sosial (antara anggota kelompok) sudah baik, yang ditunjukkan dengan kesediaan semua anggota untuk membantu anggota dan tetangganya yang mengalami kesulitan.
4. Kepedulian sosial (dengan luar anggota kelompok) sudah baik, yang ditunjukkan dengan adanya kepedulian semua anggota untuk membantu anggota dan tetangga yang mengalami kesulitan.
5. Usaha simpan pinjam KUBE sudah dapat dimanfaatkan keluarga untuk keperluan keluarga anggota KUBE.
6. Makanan sudah dapat memenuhi kriteria empat sehat lima sempurna.
7. Anak dapat mengikuti pendidikan yang sesuai dengan tingkat usianya dan peralatannya dapat dipenuhi.

8. Bila anggota keluarga jatuh sakit segera berobat ke mantri kesehatan atau bidan atau dokter atau ke Puskesmas.
 9. Anggota keluarga taat dan sungguh-sungguh dalam menjalankan rukun keagamaannya.
 10. Keluarga hidup dalam kaharmonisan.
 11. Keluarga aktif dalam mengikuti kegiatan-kegiatan kemasyarakatan.
- C. Bidang Kegiatan Ekonomi
1. Sumber modal berasal dari kredit bersubsidi.
 2. Meningkatnya pendapatan keluarga.
 3. Kinerja usaha meningkat, mempunyai lebih dari dua jenis usaha.
 4. Perkembangan usaha dimana KUBE dijadikan sebagai usaha pokok.
 5. Kemampuan merencanakan usaha (pengurus dan anggota telah mampu menyusun RUB).
 6. Tabungan dari waktu ke waktu terus bertambah bahkan berlipat ganda.
 7. Peluang pasar cukup luas.
 8. Kemampuan pemupukan modal dan sudah dapat memanfaatkan sumber dana yang ada untuk pengembangan usaha.
 9. Simpan pinjam sudah berkembang dengan baik.
 10. Kemitraan sudah terjalin dengan baik dengan berbagai kelompok masyarakat bisnis”.

METODE

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*), sehingga data yang dipakai harus dalam bentuk data interval, maka untuk analisis selanjutnya nilai ordinal harus dinaikkan menjadi data dalam bentuk interval.

Metode penelitian yang digunakan deskriptif dan metode verifikasi. Variabel bebas dari penelitian ini adalah: Pengaruh Kreativitas (X_1), Inovasi (X_2), dan Keterampilan (X_3). Kemampuan Permodalan (Y_1) dan Kemampuan Pemasaran (Y_2) sebagai variabel perantara dan variabel dependen ialah Kinerja (Z_1) and Kesejahteraan

(Z_2). SEM analysis digunakan untuk menguji model dan hipotesis.

HASIL dan PEMBAHASAN

Pengaruh Kreativitas (X_1), Inovasi (X_2), dan Keterampilan (X_3) terhadap Kemampuan Permodalan (Y_1) Wanita Penerima Bantuan KUBE

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kreativitas (yang terdiri dari dimensi keragaman, toleransi terhadap kegagalan, rasa ingin tahu, dan masalah sebagai tantangan), inovasi (yang terdiri dari dimensi kemampuan menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan kemampuan menerapkan solusi kreatif terhadap tantangan), dan ketrampilan (yang terdiri dari dimensi kemampuan melaksanakan tugas secara fisik dan kemampuan melaksanakan tugas secara mental) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kemampuan permodalan (yang terdiri dari dimensi kemampuan mendapatkan modal usaha dan kesiapan mengajukan modal usaha). Namun secara parsial, variabel kreativitas dan ketrampilan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan permodalan, sedangkan koefisien pengaruh inovasi sangat kecil terhadap kemampuan permodalan, dan berada pada ambang batas signifikansi.

Variabel keterampilan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kemampuan permodalan, selanjutnya diikuti oleh variabel kreativitas yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel kemampuan permodalan. Inovasi di kalangan responden masih sangat rendah, sehingga hampir tidak mempengaruhi kemampuan permodalan.

Pengaruh Kreativitas (X_1), Inovasi (X_2), dan Keterampilan (X_3) terhadap Kemampuan Pemasaran (Y_2) Wanita Penerima Bantuan KUBE.

Kreativitas (yang terdiri dari dimensi keragaman, toleransi terhadap kegagalan, rasa

ingin tahu, dan masalah sebagai tantangan), inovasi (yang terdiri dari dimensi kemampuan menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan kemampuan menerapkan solusi kreatif terhadap tantangan), dan ketrampilan (yang terdiri dari dimensi kemampuan melaksanakan tugas secara fisik dan kemampuan melaksanakan tugas secara mental) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kemampuan pemasaran (yang terdiri dari dimensi mengukur dan memperkirakan permintaan, segmentasi pasar, menentukan pasar sasaran dan menetapkan posisi pasar) secara bersama-sama, namun inovasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan pemasaran.

Variabel keterampilan menunjukkan pengaruh yang paling besar terhadap kemampuan pemasaran, selanjutnya diikuti oleh variabel kreativitas yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kemampuan pemasaran. Sedangkan pengaruh variabel yang terkecil terhadap variabel pemasaran adalah dari variabel inovasi.

Pengaruh Kemampuan Permodalan (Y_1) dan Kemampuan Pemasaran (Y_2) terhadap Kinerja (Z_1) Wanita Penerima Bantuan KUBE.

Kemampuan permodalan (yang terdiri dari dimensi kemampuan mendapatkan modal usaha dan kesiapan mengajukan modal usaha) dan kemampuan pemasaran (yang terdiri dari dimensi mengukur dan memperkirakan permintaan, segmentasi pasar, menentukan pasar sasaran dan menetapkan posisi pasar) berpengaruh positif terhadap kinerja pengelola KUBE (yang terdiri dari dimensi efektivitas dan efisiensi), baik secara parsial maupun bersama-sama. Variabel kemampuan pemasaran yang paling besar berpengaruh terhadap produktivitas dibandingkan dengan variabel permodalan.

Kemampuan permodalan responden masih lemah dan sebagian besar tidak memiliki modal pribadi untuk pengembangan usaha, modal awal diperoleh dari bantuan KUBE tersebut, namun tidak banyak penambahan modal yang bersumber dari teman, saudara dekat, apalagi dari bank.

Informasi berkaitan dengan sumber modal hanya diperoleh dari petugas pendamping. Sebagian besar responden merasa khawatir tidak mampu membayar pinjaman, sehingga merasa belum siap secara mental untuk menanggung resiko jika kewajiban pembayaran cicilan pinjaman tidak mampu dipenuhi dengan baik.

Demikian juga kemampuan pemasaran responden masih lemah, dengan indikator belum mampunya mengidentifikasi daya beli konsumen terhadap produk, memenuhi kecenderungan produk yang diminati konsumen, belum mampu memenuhi kepuasan konsumen, belum memiliki konsumen langganan, belum ada ciri khas produk, dan belum mampu melakukan penilaian atas kualitas produk yang dihasilkannya. Pemasaran produk yang dilakukan konsumen sangat sederhana dan mereka belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pemasaran produk yang dapat menarik sejumlah pelanggan secara optimal.

Pengaruh Kinerja (Z_1) terhadap Kesejahteraan (Z_2) Wanita Penerima Bantuan KUBE.

Kinerja (yang terdiri dari dimensi kuantitas, kualitas dan waktu) berpengaruh positif terhadap kesejahteraan (yang terdiri dari dimensi pemenuhan kebutuhan fisik dan ekonomi serta pemenuhan kebutuhan mental dan spiritual) pengelola KUBE.

Kinerja responden dalam mengelola KUBE masih rendah, hal ini ditunjukkan dengan belum adanya peningkatan pendapatan, belum mampu membuat perkiraan biaya pengembangan usaha, bahan baku masih digunakan untuk kepentingan pribadi, jumlah produk yang dihasilkan semakin menurun serta belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara berkesinambungan. Rendahnya kinerja mengakibatkan responden belum mampu mencapai taraf hidup yang sejahtera dengan indikator mampu

menyediakan makanan yang bergizi, pakaian layak, rumah layak huni, memenuhi kebutuhan kesehatan, belum mampu mengelola modal usaha KUBE dengan baik. Keseluruhan keadaan tersebut mengakibatkan responden belum mampu mengembangkan usaha dan menjadikan KUBE sebagai usaha pokok, tidak memiliki rencana pengembangan usaha, dan responden semakin menarik diri dari berbagai pertemuan kelompok yang berkaitan dengan pengembangan usahanya.

Meningkatnya kinerja yang disertai dengan meningkatnya besaran upah tenaga kerja merupakan salah satu indikator kesejahteraan, dan secara kualitatif dapat meningkatkan kualitas hidupnya. Demikian pula, penilaian kinerja pengelola KUBE dalam melaksanakan usaha ekonomis produktif sangat penting, hal ini diharapkan dapat menjadi umpan balik yang bermakna bagi pencapaian kesejahteraannya, sehingga dapat mencapai tujuan program KUBE tersebut, yaitu:

1. Meningkatkan perilaku kebersamaan, kesetiakawanan dan kepedulian sosial di kalangan masyarakat, khususnya di lingkungan Wanita Rawan Sosial Ekonomi (WRSE) melalui proses usaha bersama dalam bentuk KUBE.
2. Meningkatkan ketrampilan Wanita Rawan Sosial Ekonomi (WRSE) dalam usaha agar mau dan mampu melaksanakan peran dan fungsi sosialnya secara berdaya guna dalam kehidupan keluarga dan masyarakat.
3. Terwujudnya kemandirian dan kewiraswastaan dalam diri WRSE guna menciptakan lapangan usaha yang lebih baik sebagai sumber penghasilan yang bermanfaat untuk kelangsungan hidup keluarga yang layak.
4. Meningkatkan kesejahteraan sosial keluarga dari Wanita Rawan Sosial Ekonomi (WRSE) secara wajar dan layak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian, penulis menyimpulkan bahwa:

Pengaruh kreativitas, inovasi dan ketrampilan terhadap kemampuan permodalan pada pengelola KUBE disimpulkan sebagai berikut: Kreativitas (yang terdiri dari dimensi keragaman, toleransi terhadap kegagalan, rasa ingin tahu, dan masalah sebagai tantangan), inovasi (yang terdiri dari dimensi kemampuan menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan kemampuan menerapkan solusi kreatif terhadap tantangan), dan ketrampilan (yang terdiri dari dimensi kemampuan melaksanakan tugas secara fisik dan kemampuan melaksanakan tugas secara mental) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kemampuan permodalan (yang terdiri dari dimensi kemampuan mendapatkan modal usaha dan kesiapan mengajukan modal usaha). Namun secara parsial, variabel kreativitas dan ketrampilan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan permodalan, sedangkan koefisien pengaruh inovasi sangat kecil terhadap kemampuan permodalan, dan berada pada ambang batas signifikansi.

Variabel keterampilan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kemampuan permodalan, selanjutnya diikuti oleh variabel kreativitas yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel kemampuan permodalan. Inovasi di kalangan responden masih sangat rendah, sehingga tidak mempengaruhi kemampuan permodalan.

1. Secara umum, responden belum memunculkan ide kreatifnya untuk meningkatkan kemampuan permodalan, belum ada rasa ingin tahu yang kuat untuk mengembangkan modal usaha dan lebih diliputi rasa takut jika tidak mampu mengembalikan modal pinjaman. Responden cukup merasa puas dengan keadaan kehidupannya saat ini, meskipun dalam keadaan yang minimum.
2. Inovasi di kalangan responden masih rendah, sesuai dengan kreativitasnya yang masih rendah berkaitan dengan pengembangan modal usaha, responden

menunjukkan motivasi yang rendah pula dalam menjalankan modal usaha, meskipun menyadari bahwa modal merupakan komponen penting dalam pengembangan usaha. Kenyataannya, pinjaman yang diperoleh responden lebih banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa upaya menjalin mitra kerja untuk menjangkau akses permodalan belum dapat diwujudkan dengan baik.

3. Berkaitan dengan ketrampilan, responden cukup mampu menjual produk dengan harga pantas sesuai dengan tingkat harga secara umum. Namun, masih banyak yang belum menunjukkan sikap disiplin dan terampil dalam mencatat persediaan barang, jumlah barang yang terjual, mencatat utang (aktiva), bahkan kurang peduli untuk mencatat laba yang diperoleh, sehingga keuntungan per bulan tidak dapat diprediksi. Di samping itu, untuk pengembangan usaha, responden belum mampu membuat usulan pinjaman serta menjalin relasi untuk peningkatan modal usaha.

Pengaruh kreativitas, inovasi dan ketrampilan terhadap kemampuan pemasaran pada pengelola KUBE disimpulkan sebagai berikut: Kreativitas (yang terdiri dari dimensi keragaman, toleransi terhadap kegagalan, rasa ingin tahu, dan masalah sebagai tantangan), inovasi (yang terdiri dari dimensi kemampuan menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan kemampuan menerapkan solusi kreatif terhadap tantangan), dan ketrampilan (yang terdiri dari dimensi kemampuan melaksanakan tugas secara fisik dan kemampuan melaksanakan tugas secara mental) berpengaruh positif terhadap kemampuan pemasaran (yang terdiri dari dimensi mengukur dan memperkirakan permintaan, segmentasi pasar, menentukan pasar sasaran dan menetapkan posisi pasar) secara bersama-sama, namun inovasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan pemasaran.

Variabel ketrampilan menunjukkan pengaruh yang paling besar terhadap kemampuan pemasaran, selanjutnya diikuti oleh variabel

kreativitas yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel kemampuan pemasaran. Sedangkan pengaruh variabel yang terkecil terhadap variabel pemasaran adalah dari variabel inovasi.

1. Responden belum memiliki kreativitas dalam memasarkan produk yang dihasilkannya, dan belum ada kemauan untuk meningkatkan pengetahuan berkaitan dengan pemasaran produk yang lebih baik. Masalah dalam penjualan produk menjadi masalah masing-masing anggota, sehingga belum ada pemecahan masalah secara bersama-sama yang dapat meningkatkan kualitas penjualan produk menjadi lebih baik.
2. Kreativitas responden masih rendah dalam melaksanakan usahanya dan hal ini berpengaruh pada inovasinya yang masih rendah pula, responden kurang memiliki motivasi yang tinggi terutama dalam memasarkan produk, karena terbentur pada keterbatasan modal dan pengetahuan tentang pemasaran produk yang efektif dan efisien.
3. Pasar konsumen responden terbatas pada tetangga sekitar, dalam hal ini responden memerlukan bantuan pihak lain untuk meningkatkan ketrampilan dalam menjalin kerja sama, sehingga produk yang dihasilkannya dapat diterima oleh pasar secara luas dan dengan harga yang pantas. Kesulitan yang dirasakan responden adalah sulit mendapatkan konsumen baru yang potensial bagi produk yang dihasilkannya, serta kesulitan dalam menentukan cara pembayaran produk yang dijualnya, karena keterbatasan pengetahuan dan pengelolaan modal usaha responden.

Pengaruh Kemampuan Permodalan dan Kemampuan Pemasaran terhadap Produktivitas Pengelola KUBE disimpulkan sebagai berikut:

Kemampuan permodalan (yang terdiri dari dimensi kemampuan mendapatkan modal

usaha dan kesiapan mengajukan modal usaha), dan kemampuan pemasaran (yang terdiri dari dimensi mengukur dan memperkirakan permintaan, segmentasi pasar, menentukan pasar sasaran dan menetapkan posisi pasar) berpengaruh positif terhadap produktivitas pengelola KUBE (yang terdiri dari dimensi efektivitas dan efisiensi), baik secara parsial maupun bersama-sama. Variabel kemampuan permodalan yang paling besar berpengaruh terhadap produktivitas dibandingkan dengan variabel pemasaran.

1. Kemampuan Permodalan

Kemampuan permodalan responden sangat lemah dan sebagian besar tidak memiliki modal pribadi untuk pengembangan usaha, modal awal diperoleh dari bantuan KUBE tersebut, namun tidak ada penambahan modal yang bersumber dari teman, saudara dekat, apalagi dari bank. Informasi berkaitan dengan sumber modal hanya diperoleh dari petugas pendamping. Responden merasa khawatir tidak mampu membayar pinjaman, sehingga merasa belum siap secara mental untuk menanggung resiko jika kewajiban pembayaran cicilan pinjaman tidak mampu dipenuhi dengan baik.

2. Kemampuan Pemasaran

Kemampuan pemasaran responden masih lemah, yang ditunjukkan dengan indikator belum mampunya mengidentifikasi daya beli konsumen terhadap produk, memenuhi kecenderungan produk yang diminati konsumen, belum mampu memenuhi kepuasan konsumen, belum memiliki konsumen langganan, belum ada ciri khas produk, dan belum mampu melakukan penilaian atas kualitas produk yang dihasilkannya. Pemasaran produk yang dilakukan konsumen sangat sederhana dan mereka belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pemasaran produk yang dapat menarik sejumlah pelanggan secara optimal.

Pengaruh Produktivitas terhadap Kinerja Pengelola KUBE disimpulkan bahwa produktivitas responden (yang terdiri dari dimensi efektivitas dan efisiensi) berpengaruh positif terhadap kinerja

anggota (yang terdiri dari dimensi kuantitas, kualitas dan waktu).

Responden belum mampu meningkatkan volume penjualan produk secara terus menerus, wilayah penjualan masih sangat terbatas, sehingga penghasilan masih belum meningkat secara signifikan dari bulan ke bulan dan belum mampu menabung. Bahan baku yang menjadi komponen dalam produksi sering digunakan untuk kepentingan rumah tangga, dan hal ini menunjukkan penggunaan bahan baku belum sesuai dengan rencana. Keseluruhan fakta rendahnya produktivitas ini mempengaruhi rendahnya kinerja pengelola KUBE.

Pengaruh Kinerja terhadap Kesejahteraan responden disimpulkan bahwa kinerja (yang terdiri dari dimensi kuantitas, kualitas dan waktu) berpengaruh positif terhadap kesejahteraan (yang terdiri dari dimensi pemenuhan kebutuhan fisik dan ekonomi serta pemenuhan kebutuhan mental dan spiritual) responden.

Kinerja responden dalam mengelola KUBE masih rendah, hal ini ditunjukkan dengan belum mampunya meningkatkan pendapatan, belum mampu membuat perkiraan biaya pengembangan usaha, bahan baku masih digunakan untuk kepentingan pribadi, jumlah produk yang dihasilkan semakin menurun serta belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara berkesinambungan. Rendahnya kinerja mengakibatkan responden belum mampu mencapai taraf hidup yang sejahtera dengan indikator mampu menyediakan makanan yang bergizi, pakaian layak, rumah layak huni, memenuhi kebutuhan kesehatan, belum mampu mengelola modal usaha KUBE dengan baik. Keseluruhan keadaan tersebut mengakibatkan responden belum mampu mengembangkan usaha dan menjadikan KUBE sebagai usaha pokok, tidak memiliki rencana pengembangan usaha, dan responden semakin menarik diri dari berbagai pertemuan kelompok yang berkaitan dengan pengembangan usahanya.

REFERENSI

- Affif, Faisal. 2003. *Melacak Pemikiran Strategik Pemecahan Masalah di Indonesia*. Jakarta: Paramadina.
- Alma, Buchari., 2008. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Bustami, Bernadine, Nurlela, Amelia Sandra dan Ferry N Idroes. 2007. *Mari Membangun Usaha Mandiri*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Departemen Sosial Republik Indonesia. Panduan Umum Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif Fakir Miskin Melalui Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM), Direktorat Bantuan Sosial Fakir Miskin Direktorat Jenderal Bantuan dan Jaminan Sosial, Departemen Sosial Republik Indonesia. (2007).
- Departemen Sosial RI. Cara Mudah Membangun Kerjasama Kelompok Usaha Bersama (KUBE), Buku Pegangan Pendamping Sosial. Departemen Sosial RI, 2005.
- Dinas Sosial Pemerintah Propinsi Jawa Barat. Pedoman Pelaksanaan dan Petunjuk Teknis, Kegiatan Bimbingan Usaha Ekonomi Produktif bagi Wanita Rawan Sosial Ekonomi, Tahun Anggaran 2008. Dinas Sosial Pemerintah Propinsi Jawa Barat, (2008).
- Golrida. 2008. *Akuntansi Usaha Kecil untuk Berkembang*. Bandung:PT.Raja Grafindo Persada.
- Hunger, J., David dan Wheelen, Thomas., L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Irene KB Mutalima. *Microfinance for Gender Equality: A Dilemma?* Christian Enterprise Trust of Zambia. Number 13. January 2008. p.22., International Poverty Centre.
- Keller & Kotler (Alih bahasa Benyamin Molan). 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mas'ud Machfoedz. 2002. *Kewirausahaan, Suatu Pendekatan Kontemporer*. Yogyakarta: UPP-AMP-YKPN.
- Muhammad Yunus. 2007. *Menciptakan Dunia Tanpa Kemiskinan, Bagaimana Bisnis Sosial Mengubah Kehidupan Kita*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Wheelen, Thomas L. & Hunger, David J, (Alih bahasa Julianto Agung), 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wirasasmita., Yuyun. 2008. *Kewirausahaan*. Bandung: Universitas Pasundan.
- _____. *Kesalahan Memilih Pola Struktur Model, Makna Hubungan Kausal dalam Model Bisnis/Ekonomi*. Bandung: Universitas Pasundan.
- World Bank Indonesia. 2005. Indonesia: mendukung gagasan masa Depan:Mendukung Usaha Kecil dan Menengah. pp.1-4.
- Zimmerer, Thomas W. & Scarborough, Norman M. 2005. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: PT. Index.