

Jurnal Penelitian Universitas Kuningan

Logika

UPAYA MENINGKATKAN PENGETAHUAN SISWA TERHADAP KUNINGAN DENGAN MEMPERKENALKAN SEJARAH KUNINGAN MELALUI MEDIA ANIMASI MACROMEDIA DIRECTOR MX (Studi Kasus pada Siswa Kelas X SMK Karya Nasional Kuningan)

Heri Herwanto

PENGARUH MODAL KERJA DAN PROMOSI TERHADAP PENGEMBANGAN UKM PENGHASIL PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN KUNINGAN (Survey pada Usaha Bawang Goreng)

Tatang Rois

DISKURSUS PENGELOLAAN HUTAN DAN IMPLIKASINYA PADA PENGHIDUPAN PETANI (Studi Kasus Hutan Gunung Ciremai Kabupaten Kuningan)

Deni dan Oding Syafrudin

ANALISIS PENGGUNAAN METODE PENCATATAN CASH BASIS DAN ACCRUAL BASIS PADA TRANSAKSI-TRANSAKSI DI BANK SYARIAH

Ayus Ahmad Yusuf dan Neni Nurhayati

PROSPEK PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR (PGSD) UNIVERSITAS KUNINGAN

Dede Awaludin, Aan Nurhasanah, dan Tuti Heryani

PENGARUH PENGETAHUAN AKUNTANSI DAN SKALA USAHA TERHADAP PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PADA UKM DI KABUPATEN KUNINGAN

Titin Sumartini, Enung Nurhayati, dan Lia Dwi Martika

PENGARUH PEMBELAJARAN *QUANTUM TIPE MIND MAPPING* TERHADAP PRESTASI BELAJAR MAHASISWA BIOLOGI PADA MATERI EVOLUSI

Handayani



**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS KUNINGAN**

Jalan Cut Nyak Dhien 36. A Kuningan, Tlp / Fax (0232) 874824

Jurnal Penelitian Universitas Kuningan
Logika

- Pelindung** : Rektor Universitas Kuningan
Pengarah : Pembantu Rektor I Universitas Kuningan
Pembantu Rektor II Universitas Kuningan
Pembantu Rektor III Universitas Kuningan
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan Fakultas Ekonomi
Dekan Fakultas Kehutanan
Dekan Fakultas Ilmu Komputer
Dekan Fakultas Hukum
- Penanggung Jawab** : Kepala LPPM Universitas Kuningan
Ketua Dewan Redaksi : Ukas Suharfaputra, M.P.
Anggota Dewan Redaksi : Fahmi Yusuf, MMSI.
H.M. Sudirman, S.H., M.Si.
Ir. H. Yoyo Sunaryo, M.P.
Herma Wiharno, M.Si.
H. Ajat Sudrajat, M.Si.
Ahmad Dedi Mutiadi, M.Pd.
- Mitra Bestari** : Prof. Dr. Hj. Tjutju Yuniarsih, M.Pd.
Prof. Dr. H. Eeng Ahman M.S.
Prof. Dr. H. Disman, M.S.
Dr. H. Munir M.IT.
Dr. Happy Widiastuti
Dr. Sulistiyono, M.Si.
- Sekretaris** : Oding Syafrudin, M.M.
Mufti Syarif, S.E.
- Bendahara** : Endi Syaiful Rokhman, SH
Produksi dan Distribusi : Tatang Rois, S.E., M.Si.
Iim Abdulkarim, S.P.
- Penerbit** : Lembaga Penelitian Universitas Kuningan
Alamat Redaksi : Jl. Cut Nyak Dhien 36 A Cijoho-Kuningan
Telp / Fax 0232 874824



**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS KUNINGAN**

Jalan Cut Nyak Dhien 36. A. Cijoho - Kuningan. Tlp / Fax (0232)874824

Pengantar Redaksi

Jurnal LOGIKA merupakan jurnal resmi yang diterbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Kuningan, yang memiliki tujuan sebagai sarana komunikasi ilmiah bagi peneliti dan staf pengajar di lingkungan Universitas Kuningan maupun dari luar dalam menyampaikan informasi keilmuan.

Alhamdulillah, volume 4 nomor 1 dapat kami terbitkan meskipun lebih lambat dari jadwal penerbitan seharusnya. Nomor ini memuat beberapa hasil penelitian, yang cukup menarik untuk dijadikan bahan diskusi dari staf pengajar di Lingkungan Universitas Kuningan.

Di masa mendatang kami sangat mengharapkan sumbangan artikel sehingga kami dapat hadir dan terbit sesuai dengan waktunya. Selanjutnya untuk permintaan berlangganan dan pertukaran publikasi dapat berhubungan langsung dengan redaksi

Kuningan, 1 September 2013
Redaksi,

Daftar Isi

UPAYA MENINGKATKAN PENGETAHUAN SISWA TERHADAP KUNINGAN
DENGAN MEMPERKENALKAN SEJARAH KUNINGAN
MELLAUI MEDIA ANIMASI MACROMEDIA DIRECTOR MX (Studi Kasus pada Siswa
Kelas X SMK Karya Nasional Kuningan)..... 1

Heri Herwanto

PENGARUH MODAL KERJA DAN PROMOSI TERHADAP PENGEMBANGAN
UKM PENGHASIL PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN KUNINGAN
(Survey pada Usaha Bawang Goreng) 7

Tatang Rois

DISKURSUS PENGELOLAAN HUTAN DAN IMPLIKASINYA PADA PENGHIDUPAN PETANI
(Studi Kasus Hutan Gunung Ciremai Kabupaten Kuningan)..... 20

Deni dan Oding Syafrudin

ANALISIS PENGGUNAAN METODE PENCATATAN *CASH BASIS* DAN *ACCRUAL BASIS*
PADA TRANSAKSI-TRANSAKSI DI BANK SYARIAH..... 32

Ayus Ahmad Yusuf dan Neni Nurhayati

PROSPEK PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
(PGSD) UNIVERSITAS KUNINGAN..... 44

Dede Awaludin, Aan Nurhasanah, dan Tuti Heryani

PENGARUH PENGETAHUAN AKUNTANSI DAN SKALA USAHA TERHADAP PENGGUNAAN
INFORMASI AKUNTANSI PADA UKM DI KABUPATEN KUNINGAN..... 52

Titin Sumartini, Enung Nurhayati, dan Lia Dwi Martika

PENGARUH PEMBELAJARAN *QUANTUM TIPE MIND MAPPING* TERHADAP
PRESTASI BELAJAR MAHASISWA BIOLOGI PADA MATERI EVOLUSI..... 62

Handayani

PENGARUH MODAL KERJA DAN PROMOSI TERHADAP PENGEMBANGAN UKM PENGHASIL PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN KUNINGAN (Survey pada Usaha Bawang Goreng)

Tatang Rois

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan

ABSTRAK

Usaha kecil dan menengah (UKM) telah memberikan kontribusi besar bagi negeri ini tetapi belum diimbangi dengan pengembangan yang optimal. Umumnya, mereka memiliki beberapa permasalahan yang sama di antaranya aspek pemasaran, teknologi informasi, produksi dan kualitas sumber daya manusia, serta akses permodalan. Modal kerja dan promosi bagi suatu perusahaan sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan usaha. Tujuan dari adanya penggunaan modal kerja dan promosi yang tepat dapat mengembangkan sektor usaha lebih maju. Berdasarkan temuan di lapangan, diketahui bahwa perkembangan usaha bawang goreng yang merupakan salah satu produk unggulan UKM di Kabupaten Kuningan mengalami kemunduran, padahal ketersediaan modal kerja relatif besar. Kegiatan promosi pun sudah dilakukan, hanya saja saat ini masih relatif kecil dan baru dilakukan di kalangan intern saja. Untuk menyelesaikan masalah tersebut peneliti melakukan metode analisis deskriptif dengan wawancara langsung kepada seluruh sektor usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan yang masih memproduksi hingga sekarang. Sampel yang digunakan adalah sampel total dari populasi yang ada. Untuk mengetahui hubungan variabel yang diteliti peneliti mengujinya dengan korelasi sederhana dan berganda dengan rumus *pearson product moment*. Berdasarkan uji korelasi mengenai hubungan antara penggunaan modal kerja maupun promosi dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng sangat rendah. Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa modal kerja memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan sektor usaha bawang goreng. Sedangkan promosi dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng ini tidak memiliki hubungan positif.

Kata Kunci : Usaha Kecil dan Menengah, Modal Kerja, Promosi, dan Pengembangan Perusahaan

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia, dilihat dari jumlah unit usahanya yang sangat banyak di semua sektor ekonomi dan kontribusinya yang besar terhadap penciptaan kesempatan kerja dan sumber pendapatan, memiliki peranan penting khususnya di daerah pedesaan dan bagi rumah tangga berpendapatan rendah. Selain itu, selama ini kelompok usaha tersebut juga berperan sebagai salah satu motor penggerak bagi

pembangunan ekonomi dan komunitas lokal.

Sebagai gambaran, kendati sumbangannya dalam output nasional hanya 56,7 persen dan dalam ekspor nonmigas hanya 15 persen, namun UKM memberi kontribusi sekitar 99 persen dalam jumlah badan usaha di Indonesia serta mempunyai andil 99,6 persen dalam penyerapan tenaga kerja (Kompas, 14/12/2001). Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas, UKM memiliki peranan baru yang

lebih penting lagi yaitu sebagai salah satu faktor utama pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekspor non-migas dan sebagai industri pendukung yang membuat komponen-komponen dan *spare parts* untuk usaha besar (UB) lewat keterkaitan produksi misalnya dalam bentuk *subcontracting* (Anoraga: 2002).

Kabupaten Kuningan merupakan salah satu daerah agrobisnis di Jawa Barat, tidak mengherankan kalau di daerah tersebut kegiatan usaha masyarakat yang bergerak pada bidang pertanian termasuk didalamnya industri pengolahan hasil pertanian mencapai angka tertinggi sebesar 28,21% (www.kuningan.go.id). Diantara industri yang bergerak pada bidang pengolahan hasil pertanian itu adalah sektor usaha bawang goreng. Industri ini tersebar di wilayah Kabupaten Kuningan, antara lain berada di Kecamatan Garawangi, Kecamatan Sindang Agung, Kecamatan Kalimanggis, Kecamatan Karamatmulya, dan Kecamatan Cilimus. Kehadiran industri bawang goreng ini bagi pihak pemerintah telah memberikan kontribusi besar bagi Penerimaan Asli Daerah, juga membantu dalam mengatasi permasalahan pengangguran bagi sebagian penduduk yang ada di daerahnya masing-masing.

Pemerintah Kabupaten Kuningan, melalui Dinas KUKM berupaya melakukan berbagai cara untuk membantu dalam pengembangan UKM yang ada hingga saat ini. Hanya saja, seiring dengan perkembangan dan perjalanan waktu, dari sekian banyak usaha bawang goreng yang ada di Kabupaten Kuningan, lambat laun mengalami kemunduran. Hal itu ditandai dengan banyaknya perusahaan yang mengalami penurunan jumlah produksi dan berdampak pada volume

penjualan. Disamping itu, pangsa pasar mereka pun menjadi berkurang, hanya melayani pasar lokal. Bahkan yang paling memprihatinkan adalah ditandai dengan tidak beroperasinya beberapa perusahaan karena mengalami kebangkrutan.

Menjalankan sebuah usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar, modal adalah salah satu faktor produksi yang sangat penting. Dalam banyak studi atau literatur sering disebut bahwa keterbatasan modal sering menjadi faktor penghambat utama bagi perkembangan usaha atau pertumbuhan output UKM. Termasuk pada usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan ini, mereka masih memiliki keterbatasan dalam hal permodalan, terutama keberadaan modal kerja untuk memperlancar kegiatan usaha dalam jangka waktu sesegera mungkin. Bagi perusahaan bawang goreng, keberadaan modal kerja yang cukup tersebut berperan penting dalam hal pembelian bahan baku, bahan pendukung, upah karyawan, dan lain-lain.

Selain permasalahan modal kerja, perusahaan ini masih terhambat dengan masalah pemasaran. Dengan berbagai cara dan upaya pun telah dilakukan, salah satunya adalah dengan kegiatan promosi meskipun masih relatif kecil bahkan bisa dikatakan hampir tidak ada. Meskipun pemerintah daerah turut mempromosikan hasil usaha mereka melalui pameran pembangunan daerah belum bisa dijadikan promosi yang efektif karena dilaksanakan setahun sekali dan itu pun skalanya masih regional. Padahal kegiatan promosi ini bagi dunia usaha sangat penting sekali untuk menerangkan, meyakinkan, mengingatkan dan mempengaruhi pasar atas suatu produk dan atau bagian penjualan suatu produk.

IDENTIFIKASI MASALAH, TUJUAN, DAN MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) bagaimana pengaruh penggunaan modal kerja terhadap pengembangan usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan? dan (2) bagaimana menjelaskan pengaruh promosi terhadap pengembangan usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan?

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah : (1) untuk menjelaskan pengaruh penggunaan modal kerja terhadap pengembangan usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan; (2) untuk menjelaskan pengaruh promosi terhadap pengembangan usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan.

Diharapkan dari penelitian ini bisa memberikan manfaat sebagai berikut : (1) dapat dijadikan bahan informasi dan masukan bagi pelaku bisnis dalam upaya mengembangkan usahanya; (2) Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan evaluasi dan rujukan bagi siapa pun dalam pengembangan usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan; (3) Sebagai bahan referensi yang dapat membantu penelitian sejenis serta menambah wawasan pembaca.

KERANGKA PEMIKIRAN

Bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar modal adalah salah satu faktor produksi yang sangat penting. Modal bagi setiap perusahaan adalah ibarat sebuah jantung yang bisa memberikan kehidupan, tidak memilikinya modal berarti jantung perusahaan itu akan terhenti. Secara sempit bahwa modal dalam hal ini adalah uang sebagaimana pengertian modal menurut Lutge (Riyanto, 1995 : 18). Uang memanglah bukan segala-galanya dalam kegiatan usaha, tetapi tanpa uang kita tidak bisa berbuat lebih banyak lagi dalam kegiatan usaha.

Menjalankan kegiatan operasionalisasi perusahaan dalam jangka waktu pendek, setiap perusahaan harus memiliki modal kerja yang cukup. Terutama bagi perusahaan manufaktur, keberadaan modal kerja ini sangat dibutuhkan sekali. Kebutuhan modal kerja yang paling pokok bagi perusahaan manufaktur adalah keterkaitannya dengan masalah penyediaan bahan baku serta penyediaan bahan pendukung untuk menghasilkan sebuah produksi, tetapi bukan berarti kebutuhan pemenuhan upah karyawan, serta pengeluaran lain-lain yang berhubungan dengan kebutuhan jangka pendek dikesampingkan.

Banyak perusahaan mengalami kesulitan karena pimpinan perusahaan kurang mengetahui pengertian modal kerja dan fungsinya dalam suatu perusahaan, dimana modal kerja sering sekali digunakan untuk membeli aktiva tetap sehingga akan menimbulkan kesulitan bagi perusahaan. Untuk menghindari hal yang demikian, maka perlu diketahui pengertian dari modal kerja. J.Fred Weston dan Thomas E.Copeland (**Syahyunan, 1 : 2003**) memberikan pengertian modal kerja sebagai berikut : "*Working capital is defined as current assets minus current liabilities. Thus, working capital represents the firm's investment in cash, marketable securities, accounts receivable, and inventories less the current liabilities used to finance the current assets*".

Jadi dapatlah kita katakan bahwa modal kerja adalah keseluruhan jumlah aktiva lancar untuk kegiatan usaha dalam jangka waktu yang terbatas. Adapun artian lain dari modal kerja ialah total kelebihan dari aktiva lancar di atas utang lancar dalam kegiatan usaha dengan jangka waktu terbatas. Tujuan dari adanya penambahan sumber modal kerja diharapkan mampu menambah kekuatan perusahaan secara finansial untuk berkembang lebih maju.

Adapun dalam konsep perusahaan manufaktur sebagaimana disebutkan di atas bahwa modal kerja sangat dibutuhkan sekali untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dalam jangka pendek, terutama untuk pembelian bahan baku, pembelian bahan pembantu, upah karyawan, serta kebutuhan jangka pendek lainnya. Berdasarkan dari beberapa definisi di atas, kita bisa mendefinisikan modal kerja berdasarkan konsep perusahaan manufaktur sebagaimana karakteristik pada perusahaan yang diteliti, yaitu seluruh biaya yang digunakan perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasi perusahaan yang sifatnya rutin dalam menghasilkan suatu produk guna memperoleh pendapatan sesuai dengan maksud utama didirikannya perusahaan.

Setiap perusahaan ingin mencapai keberhasilan dalam bidang usahanya. Artinya, mereka selalu berusaha agar kelangsungan hidup perusahaannya tetap terjamin bahkan terus tumbuh dan berkembang. Dalam menghadapi persaingan yang semakin lama semakin tajam ini, perusahaan harus terus melakukan keinginan pemasaran yang bersifat aktif untuk menarik perhatian konsumen, jadi bukan hanya berusaha memenuhi kebutuhan yang sudah ada sekarang, tetapi juga mencari bagaimana caranya menarik konsumen yang telah ada agar tetap menggunakan produk yang ditawarkan.

Semakin banyak produk sejenis yang ditawarkan di pasar maka menyebabkan konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan. Sejalan dengan perkembangan pola pikir manusia serta didukung oleh informasi yang lengkap dan memadai mengakibatkan konsumen lebih kritis terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Oleh karena itu diperlukan perencanaan dan penetapan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar bisa meraih konsumen tersebut.

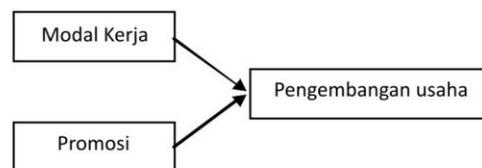
Ber macam-macam cara dalam menjalankan pemasaran, di antaranya melalui promosi. William J. Stanton (1994 : 456) mengatakan bahwa : "Promosi adalah bagian dari organisasi bauran pemasaran yang menerangkan, meyakinkan dan mengingatkan pasar atas suatu produk dan atau bagian penjualan yang berharap mempengaruhi perasaannya, kepercayaan atau tingkah laku si pemakai produk". Kita juga bisa mengatakan bahwa promosi tersebut adalah suatu kegiatan pemasaran yang mempunyai tugas dalam menerangkan, meyakinkan, mengingatkan dan mempengaruhi pasar atas suatu produk dan atau bagian penjualan suatu produk. Tujuan akhir dari adanya kegiatan promosi ini diharapkan mampu mendatangkan keuntungan bagi perusahaan dengan ditandai meningkatnya volume penjualan.

Bagi perekonomian Indonesia, sektor UKM memegang peranan yang sangat penting, terutama bila dikaitkan dengan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap. UKM ini juga memiliki arti strategis bagi pembangunan yang telah dicapai. Namun, tidak jauh berbeda dengan permasalahan di negara-negara lain, perkembangan UKM di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah. Masalah-masalah yang dihadapi UKM umumnya bersifat multidimensi, yakni mulai dari keterbatasan modal, pemasaran, sumber daya manusia, dan lain-lain. Secara alami permasalahan tersebut bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan. Dua masalah eksternal yang sudah bukan rahasia umum lagi adalah keterbatasan akses ke bank dan distorsi pasar (*output* maupun *input*) yang disebabkan oleh kebijakan-kebijakan pemerintah yang sengaja atau tidak sengaja lebih menguntungkan pengusaha besar, termasuk investor asing. Oleh karena itu, perlu ada tindakan bijak dari berbagai elemen untuk menyelamatkan perekonomian UKM ini dalam mengantisipasi permasalahan yang banyak dihadapi mereka tersebut, terutama pada masalah permodalan dan pemasaran. Tujuannya adalah agar mereka bisa berkembang lebih maju lagi.

Pengembangan usaha dari suatu kegiatan bisnis merupakan suatu kondisi yang menunjukkan adanya perbaikan dalam kegiatan usaha ekonomi tersebut. Perbaikan kondisi tersebut dapat ditandai dengan membaiknya beberapa faktor yang menopang kegiatan perusahaan dari berbagai aspek. Aspek-aspek tersebut meliputi: pemasaran, permodalan, produksi, sumber daya manusia, dan lain-lainnya. Pengembangan sektor UKM ini biasanya ditandai dengan membaiknya struktur pemodalannya, meningkatnya indeks SDM dan meluasnya pangsa pasar mereka (Firdausy, 2004). Sehingga kita pun boleh mengatakan bahwa berkembang atau tidaknya sektor usaha bawang goreng dapat dilihat dari volume penjualan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut setiap periodenya.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti dapat mengambil sebuah hipotesis sebagai berikut : (1) Penggunaan modal kerja berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan; dan (2) Promosi memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan. dari kerangka pemikiran diatas dapatlah disusun sebuah model penelitian sebagai berikut :

Gambar 1. Model Penelitian



METODOLOGI PENELITIAN

Berdasarkan karakteristik dari masalah yang diteliti, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survey. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh sektor usaha bawang goreng yang ada di Kabupaten Kuningan sebanyak empat belas lokasi usaha.

Analisis yang digunakan untuk mengukur derajat atau kekuatan hubungan antar Variabel Independen (X) dan Variabel Dependen (Y) digunakan teknik korelasi. Analisis Korelasi yang digunakan adalah *person Product Momen*, dengan rumus Kuncoro dan Riduwan, 2007 : 62):

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Kuningan merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Jawa Barat dengan memiliki luas wilayah ± 1 178,57 km² atau 117.857,55 ha yang terletak di Propinsi Jawa Barat bagian timur. Disebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Cirebon, sebelah barat dengan Kabupaten Majalengka, sebelah selatan dengan Kabupaten Ciamis dan sebelah timur dengan Kabupaten Brebes Provinsi Jawa Tengah. Dengan memiliki bentang alam yang sangat indah di bawah kaki gunung Ciremai menjadikan daerah ini menjadi tujuan wisata sebagian wisatawan dari luar Kabupaten Kuningan. "*Natural and Freshly*", itulah sebuah kiasan untuk kota Kuda tersebut, dan inilah yang senantiasa menjadikan daya tarik tersendiri datangnya wisatawan ke Kabupaten Kuningan.

Dalam pengembangan bidang perekonomian, Kabupaten Kuningan sebagai daerah agraris yang berfungsi menyangga daerah Cirebon memiliki konsekuensi untuk mengkonsentrasikan diri agar bisa menyesuaikan dengan perkembangan perekonomian di wilayah Cirebon lainnya. Diantaranya adalah dengan lebih mengoptimalkan pemberdayaan keberadaan UKM agar lebih bisa meningkatkan kontribusinya terhadap penerimaan daerah. Sehingga tidaklah mengherankan manakala Kabupaten Kuningan memiliki visi : “Terbangunnya perekonomian rakyat berbasis kemitraan dalam suasana tentram, agamis dan dinamis”.

Pada saat kondisi perekonomian Indonesia terpuruk di tahun 1997, ternyata UKM di Kabupaten Kuningan masih mampu bertahan hidup dan memberikan kontribusi besar untuk penerimaan daerah. Berdasarkan data yang ada pada tahun 1999 saja tercatat bahwa 5,28% Pendapatan Daerah Regional Bruto (PDRB) berasal dari sektor industri UKM. Sampai sekarang, jumlah unit usaha di Kabupaten Kuningan, UKM masih mendominasi keberadaannya di dibandingkan dengan unit usaha skala besar.

Data terakhir dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kuningan, jumlah UKM di Kabupaten Kuningan mencapai 15.712 unit usaha. Unit usaha terbesar bergerak pada sektor perdagangan (44,97%), kemudian disusul pada industri pertanian (28,21%), industri non pertanian (18,22%), dan aneka usaha (8,60%) dengan total asset sebesar Rp.61.711.339.000,- (Deperindag Kab.Kuningan : 2012).

Sebagai gambaran ada beberapa kelompok UKM berdasarkan jenis-jenisnya yang berpeluang di kembangkan di Kabupaten Kuningan, antara lain: (1) Industri kecil pangan. Usaha yang sudah berkembang adalah industri bawang goreng, tahu, tempe, kerupuk, kue-kue, sate pisang dan rangginang. (2) Industri kerajinan atau umum. Usaha yang berkembang adalah peti antik, batu onyx, bambu dan kayu, karton, anyaman bambu, anyaman pandan, sapu ijuk, kemasan dan gerabah. (3) Pertanian, perikanan dan peternakan berbagai unggas. (4) Sandang, kulit dan konveksi. Usaha yang berkembang adalah sandang, pembuatan sepatu kulit dan konveksi. (5) Bahan bangunan. Usaha yang sudah berkembang adalah batu merah, tegel PC, batu tohor dan industri genteng. (6) Industri kimia, agro dan hasil hutan meliputi minyak nilam, daun cengkeh, minyak jarak, pasta ubi jalar, emping, tape, kripik singkong, bawang goreng, sirop jeruk nipis, minuman jahe mix, pengolahan tembakau, meubelair, pengolahan kayu dan peti antik.

Namun dari sekian banyak peluang yang tersedia tersebut sepertinya kurang dimanfaatkan secara maksimal dari sebagian kalangan masyarakat apalagi generasi muda sekarang, contohnya sekarang sebagian generasi muda lebih memilih untuk bekerja di luar kota seperti Jakarta daripada berwirausaha di kampung halaman sendiri.

Sebagai gambaran ada beberapa kelompok UKM berdasarkan jenis-jenisnya yang berpeluang di kembangkan di Kabupaten Kuningan, antara lain: (1) Industri kecil pangan. Usaha yang sudah berkembang adalah industri bawang goreng, tahu, tempe, kerupuk, kue-kue, sate pisang dan rangginang. (2) Industri kerajinan atau umum. Usaha yang berkembang adalah peti antik, batu onyx, bambu dan kayu, karton, anyaman bambu, anyaman pandan, sapu ijuk, kemasan dan gerabah. (3) Pertanian, perikanan dan peternakan berbagai unggas. (4) Sandang, kulit dan konveksi. Usaha yang berkembang adalah sandang, pembuatan sepatu kulit dan konveksi. (5) Bahan bangunan. Usaha yang sudah berkembang adalah batu merah, tegel PC, batu tohor dan industri genteng. (6) Industri kimia, agro dan hasil hutan meliputi minyak nilam, daun cengkeh, minyak jarak, pasta ubi jalar, emping, tape, kripik singkong, bawang goreng,

sirop jeruk nipis, minuman jahe mix, pengolahan tembakau, meubelair, pengolahan kayu dan peti antik. Namun dari sekian banyak peluang yang tersedia tersebut sepertinya kurang dimanfaatkan secara maksimal dari sebagian kalangan masyarakat apalagi generasi muda sekarang, contohnya sekarang sebagian generasi muda lebih memilih untuk bekerja di luar kota seperti Jakarta daripada berwirausaha di kampung halaman sendiri.

Gambaran Sektor Usaha Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan

Sektor usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan sebetulnya bukan lagi merupakan sektor usaha yang baru, namun sektor usaha yang sebetulnya sudah ada sejak tahun tujuh puluhan. Seiring dengan perkembangannya, pengusaha yang bergerak pada sektor usaha ini ada yang masih bertahan hingga sekarang, namun tidak sedikit juga yang sudah gulung tikar. Seiring dengan naiknya harga minyak goreng dan bahan bakar di pasaran yang terus melonjak naik telah menyebabkan sebagian pengusaha bawang goreng menghentikan proses produksinya atau meskipun memproduksi namun kapasitasnya diturunkan. Alasan mereka sebetulnya cukup beralasan, yaitu untuk menghindari kerugian. Kenapa demikian? Hal tersebut diakibatkan karena naik bahan baku maupun bahan bakar yang tidak diimbangi dengan naiknya harga penjualan barang. Disisi lain bahwa saat ini perusahaan berskala besar sebagai penampung produk usaha ini menurunkan jumlah permintaannya.

Dari sekian perusahaan bawang goreng yang terdata maupun tidak terdata di Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Deperindag) Kabupaten Kuningan, peneliti berhasil melakukan survey kepada 14 perusahaan bawang goreng yang hingga saat ini masih memproduksi. Perusahaan-perusahaan tersebut tersebar di Kecamatan Garawangi, Kecamatan Sindang Agung, Kecamatan Ciawigebang, Kecamatan Kalimanggis, dan Kecamatan Karamatmulya. Sebetulnya, di Kecamatan Sindang Agung, terutama di Desa Taraju sebelum adanya krisis kenaikan harga minyak goreng dan bahan bakar minyak, sektor usaha ini di beberapa rumah warga sebagai industri rumahan meskipun kapasitas produksinya masih relatif kecil.

Adapun pangsa pasar yang dijadikan target sektor usaha bawang di Kabupaten Kuningan ini sebagian besar ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan perusahaan-perusahaan besar, seperti: Indofood (Indomie), Wings (Mie Sedap), pasar-pasar besar antar propinsi / kabupaten, pasar lokal/tradisional, maupun supermarket.

Gambaran Penggunaan Modal Kerja Sektor Usaha Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan

Modal kerja bagi sektor usaha bawang goreng tersebut yakni menyangkut kebutuhan akan pemenuhan bahan baku, bahan pembantu, upah karyawan, dan kebutuhan lainnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut, harus tersedia ketika proses produksi berlangsung dan berlangsung terus-menerus dalam jangka waktu yang sesegera mungkin. Untuk bahan baku yang digunakan yaitu bawang varietas sumenep atau varietas bawang merah, pengusaha biasanya dikirim langsung oleh penjual bawang dari daerah Brebes dan Losari dengan kisaran harga Rp.5000/kg. Tetapi bila musim panen bawang tiba di daerah sendiri, pengusaha lebih menyenangi menggunakan bawang varietas lokal, karena dari kualitasnya lebih baik dan harga lebih murah. Selain bahan baku tersebut, untuk memproduksi bahan baku diperlukan juga bahan-bahan pembantu berupa tepung tapioka dan tepung beras untuk

mencampur bahan baku dengan perbandingan bawang yang telah diiris, tepung beras, dan tepung tapioka adalah : 100 kg : 6,6 kg : 3,4 kg.

Dalam memenuhi kebutuhan tepung beras biasanya mereka mendatangkan dari Cirebon, sedangkan tepung tapioka biasanya mereka mendatangkan dari daerah lokal yaitu dari daerah Darma dan Selajambe dengan kisaran harga Rp.4.300/kg untuk tepung beras dan Rp.9.500 untuk tepung tapioka. Kebutuhan lain sebagai bahan pembantu produksi, yaitu minyak goreng dan minyak tanah. Untuk pemenuhan kebutuhan minyak goreng ini mereka di pasok langsung oleh agen-agen minyak goreng dari Kuningan. Dan untuk kebutuhan minyak tanah, mereka di pasok langsung dari agen-agen minyak tanah di Cirebon dan Indramayu. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan harus mengeluarkan anggaran minyak goreng seharga Rp.9.500/kg dan minyak tanah seharga Rp.10.000/liter. Sebuah pengeluaran biaya yang sangat besar yang mereka rasakan.

Selain pemenuhan bahan baku dan bahan pembantu, modal kerja yang harus dikeluarkan oleh perusahaan berupa pengeluaran untuk transportasi pengiriman barang, listrik, pengemasan, upah karyawan, peralatan kantor, dan telpon. Untuk kebutuhan transportasi, karena keterbatasan armada kendaraan yang mereka miliki biasanya menggunakan jasa biro transportasi. Kebutuhan tersebut biasanya digunakan untuk mengirimkan barang-barang jadi yang jumlahnya sangat besar dengan menggunakan mobil tronton. Harga sewa yang harus dikeluarkan untuk transportasi ini pun sangat besar. Untuk memudahkan pengiriman dan menambah nilai, produk yang akan dikirim sebelumnya dikemas terlebih dahulu dengan plastik ukuran 20 kg sebelum dimasukkan ke dalam kardus. Kecuali untuk pasar lokal, pengusaha cukup mengemasnya dengan plastik ukuran 20 kg tersebut. Untuk memperoleh kardus tersebut, perusahaan biasanya memesan ke perusahaan kardus di Cirebon. Sedangkan untuk plastik, mereka membelinya di daerah Kuningan.

Kebutuhan lain yang harus dipenuhi adalah pembayaran biaya rekening listrik. Rata-rata kebutuhan listrik untuk sektor usaha ini lumayan besar, karena sebagian besar peralatan yang digunakan menggunakan listrik, kecuali penggorengan. Listrik ini digunakan untuk menggerakkan mesin pengirisan, mesin pendinginan, mesin penirisan minyak, mesin pengayakan, mesin detektor logam, dan pengemasan. Kebutuhan lainnya yaitu kebutuhan pemenuhan peralatan kantor, seperti pembuatan nota, surat jalan, kwitansi, pembelian alat tulis, dan kebutuhan peralatan kantor lainnya. Namun, dari sekian banyak perusahaan yang ada, pengelolaan manajemen masih menggunakan secara manual tanpa komputerisasi. Untuk kebutuhan modal kerja yang tidak kalah pentingnya adalah kebutuhan untuk komunikasi dan pungutan liar dengan dalih biaya keamanan.

Kebutuhan yang harus ada selain kebutuhan-kebutuhan di atas yaitu kebutuhan untuk membayar upah karyawan. Sebagian besar perusahaan skala menengah sudah menerapkan kebijakan pembayaran upah bulanan karena pegawainya bersifat tetap. Namun untuk perusahaan skala kecil, mereka masih menerapkan gaji harian sesuai dengan ada atau tidaknya order. Gaji yang mereka berikan rata-rata berkisar Rp.850.000 ke atas menyesuaikan dengan standar UMR Kuningan dan kemampuan perusahaan itu sendiri.

Dalam mengalokasikan pengeluaran modal kerja, rata-rata tiap perusahaan melakukannya hanya sesuai kebutuhan bukan merupakan hasil perencanaan sehingga tidak sedikit mereka harus menerima resiko rugi yang cukup besar. Dengan tidak direncanakannya kebutuhan modal kerja, pada saat ada order yang cukup besar mereka tidak bisa memenuhinya karena tidak memiliki anggaran.

Gambaran Promosi Sektor Usaha Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan

Bagi sebuah perusahaan yang ingin memenangkan sebuah persaingan pasar yang ketat tentunya memerlukan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya adalah kegiatan adalah promosi. Mungkin akan berbeda antara besar modal kerja dengan biaya untuk kegiatan promosi. Karena keterbatasan pendidikan sebagian besar pengusaha kurang memahami promosi ini. Sehingga banyak pengusaha yang mengatakan bahwa perusahaannya belum pernah melakukan promosi, padahal mereka sudah melakukannya, yang ada dibenak pikiran mereka bahwa yang dimaksud dengan promosi hanya terbatas dengan kegiatan iklan di televisi dan radio. Secara tidak disadari ada beberapa kegiatan-kegiatan promosi yang sudah dilakukan oleh perusahaan, diantaranya berupa kegiatan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Namun kegiatan promosi yang sudah dilakukan oleh mereka sebagian besar berupa kegiatan kemasyarakatan dalam upaya mempertahankan resistensi perusahaan agar tetap memperoleh dukungan dari lingkungan masyarakatnya. Dalam kegiatan promosi promosi penjualan, ada beberapa kegiatan yang dilakukan berupa potongan harga, pemberian sampel, pameran, pemberian produk gratis. Potongan harga ini banyak dilakukan oleh perusahaan yang menjual produknya ke pasar lokal maupun antar daerah bukan kepada perusahaan yang menjual produknya ke perusahaan besar. Hal ini dilakukan agar para konsumen tertarik membeli kembali produk mereka. Selain potongan harga, perusahaan juga kerap melakukan kegiatan pemberian sampel, terutama bagi konsumen yang baru didatangi. Pemberian sampel ini bertujuan untuk membandingkan kualitas produk yang mereka miliki dibandingkan perusahaan lain. Promosi penjualan yang lain yaitu berupa pemberian produk gratis yang sifatnya hanya sebagai selingan belaka. Itupun dilakukan apabila ada permintaan lembaga atau pihak tertentu yang menerima tamu untuk sekedar oleh-oleh atau tanda mata. Pemberian produk gratis ini bagi sebagian kalangan pengusaha dianggap sebuah pengeluaran yang tidak terduga, tetapi harus tersedia setiap saat.

Perusahaan ini pun sebetulnya telah melakukan kegiatan promosi periklanan berupa pembuatan kaos atau pakaian. Kaos itu pun hanya diberikan kepada para karyawan mereka untuk seragam kerja. Intensitas yang diberikan juga terbatas hanya setahun sekali atau paling banyak setahun dua buah. Kegiatan periklanan ini pun dikemas pula dalam bentuk pameran. Kegiatan pameran ini sebetulnya hanya merupakan kegiatan partisipatif semata, seperti pada kegiatan pameran pembangunan. Perusahaan hanya memberikan produknya saja sesuai permintaan dari Deperindag Kabuapten Kuningan untuk melengkapi stand mereka. Sehingga nilainya pun sangat kecil dibanding promosi yang lain.

Selain kegiatan promosi yang telah disebutkan, perusahaan ini pun melakukan kegiatan kehumasan sebagai bentuk tanggung jawab sosial pada lingkungan. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang paling besar mengeluarkan anggaran. Kegiatan-kegiatan tersebut berupa sumbangan pembangunan sarana umum seperti perbaikan jalan, pembangunan mesjid, dan lain-lain. Partisipasi kegiatan masyarakat merupakan bentuk partisipasi kalangan pengusaha terhadap kegiatan yang diselenggarakan di lingkungan masyarakat, seperti kegiatan perlombaan yang diselenggarakan oleh pemuda, sumbangan untuk menyambut tujuh belas agsutusan, dan lain-lain.

Pengaruh Modal Kerja dan Promosi terhadap Pengembangan Perusahaan Bawang Goreng.

Dalam penelitian ini kita bisa mengetahui hubungan antara modal kerja dan promosi dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa : Korelasi antara penggunaan modal kerja dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng sebesar 0,991. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut sangat rendah. Korelasi antara promosi dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng sebesar 0,009. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut sangat rendah.

Hasil perhitungan koefisien dalam persamaan regresi diperoleh nilai koefisien persamaan adalah -122100701,370 untuk koefisien konstanta, 2,846 untuk koefisien penggunaan modal kerja, dan 4,110 untuk koefisien promosi. Dengan hasil tersebut, maka persamaan regresinya bisa dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = -122100701,370 + 2,846 X_1 + 4,110 X_2$$

Dimana : Y adalah jumlah pengembangan sektor usaha bawang goreng, X_1 adalah jumlah penggunaan modal kerja, dan X_2 adalah jumlah promosi.

Berdasarkan uji signifikansi dengan menggunakan uji t, untuk masing-masing koefisien persamaan regresi diperoleh nilai t hitung untuk koefisien penggunaan modal kerja adalah sebesar 34,328 dengan nilai Sig sebesar 0,000, sedangkan nilai t koefisien promosi adalah sebesar 0,314 dengan nilai sig 0,760. Nilai t tabel untuk pengujian signifikansi diperoleh dengan alpha 2,5 % dan df 13 diperoleh nilai t tabel sebesar 2,160. Dengan aturan keputusan menerima H_0 jika t hitung lebih kecil daripada t tabel dan nilai Sig lebih besar daripada alpha (0,025), dan menolak H_0 jika t hitung lebih besar daripada t tabel dan nilai Sig lebih kecil daripada alpha (0,025), maka keputusan yang bisa diambil dari output tersebut adalah menolak H_0 untuk koefisien penggunaan modal kerja dan menerima H_0 untuk koefisien promosi. Sehingga kita bisa mengambil kesimpulan bahwa : (1) Terdapat pengaruh positif antara penggunaan modal kerja dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng; (2) Tidak terdapat pengaruh positif antara promosi dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng.

Pembahasan

Berdasarkan temuan di lapangan yang menunjukkan bahwa sebagian kalangan pengusaha kurang memperhatikan masalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pelaporan penggunaan modal kerja tersebut dengan baik. (1) Semestinya, sebelum mereka melakukan kegiatan usaha haruslah dibuat terlebih dahulu perencanaan-perencanaan terutama berkaitan dengan penggunaan modal kerja. Hal ini bertujuan agar pengeluaran untuk penggunaan modal kerja tersebut bisa lebih terarah. Sehingga perusahaan bisa memprediksi untuk melakukan atau menghentikan kegiatan usaha bilamana diperlukan. Beruntung selama tahun 2008 hingga sekarang harga bahan baku (bawang) harganya relatif murah, sehingga mereka bisa melakukan kegiatan produksi dengan berkelanjutan. Tetapi disaat kondisi harga bahan pembantu yang saat ini meningkat, kegiatan produksi mereka pun menjadi terhambat. (2) Berkaitan dengan pengorganisasian, sering terjadi tumpang tindih antara pengeluaran yang satu dengan pengeluaran yang lainnya, salah satunya adalah manakala harus memisahkan antara kebutuhan perusahaan dengan pengeluaran pribadi. (3) Berkaitan dengan pencatatan, data-data yang dimiliki perusahaan belum terdokumentasikan dengan baik. Karena tidak adanya data-data mengenai

penggunaan modal kerja yang telah mereka keluarkan, mereka tidak bisa mengevaluasi seberapa besar atau efektivitas pengeluaran perusahaan mereka. (4) Keterbatasan pengelolaan manajemen modern yang berbasis komputer pun merupakan salah satu kelemahan sektor usaha ini. Karena dengan keterbatasan ini mereka tidak bisa memproses data-data secara cepat dan tersimpan dengan rapih. Mereka juga kurang memanfaatkan kemajuan sistem informasi seperti internet sehingga mereka kurang mengetahui kondisi pasar yang lebih luas. Termasuk didalamnya mereka kurang mengetahui tempat-tempat diperolehnya bahan baku maupun bahan pembantu alternatif. (5) Mereka juga tidak memiliki sistem evaluasi yang baik, maka sangatlah wajar manakala masalah-masalah yang lama muncul kembali harus diselesaikan dari awal kembali. Padahal proses evaluasi ini sangat penting, agar mereka bisa memprediksi apa-apa yang akan terjadi dikemudian hari memiliki tolak ukur mengenai penggunaan modal kerja. Karena besarnya penggunaan modal kerja yang harus dikeluarkan, mereka berupaya melakukan pinjaman ke pihak perbankan. Tetapi upaya mereka sering memperoleh hambatan yang sebetulnya lebih banyak diciptakan oleh kalangan pengusaha itu sendiri. Diantaranya adalah karena tidak tertibnya administrasi penyusunan anggaran, juga karena sebagian besar kalangan pengusaha tidak disiplin dalam melakukan pembayaran cicilan kredit.

Berkaitan dengan masalah promosi, pengusaha kurang memperhatikan masalah promosi dengan baik. Padahal bagi kalangan dunia usaha, kegiatan promosi merupakan salah satu ujung tombak keberhasilan sebuah usaha agar konsumen bisa dipengaruhi dan tertarik untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Kegiatan yang sudah mereka lakukan hanya sebatas untuk kalangan intern sendiri, sedangkan bagi konsumen yang menjadi target belum tersentuh secara maksimal. Sehingga sangatlah wajar apabila mereka memiliki keterbatasan pangsa pasar. Akibatnya kekuatan daya tawar mereka akan suatu produk menjadi rendah. Harga produk dipasaran lebih banyak ditentukan pihak konsumen, dalam hal ini adalah perusahaan-perusahaan besar tanpa mempertimbangkan harga bahan baku maupun bahan pembantu saat ini. Sangatlah wajar manakala banyak perusahaan yang saat ini tidak mampu berproduksi kembali, dengan alasan bahwa harga penjualan produk tidak bisa menutupi kebutuhan perusahaan.

Dalam strategi pemasaran menurut Potter diketahui bahwa kekuatan daya tawar perusahaan akan tinggi manakala perusahaan ini memiliki konsumen yang lebih banyak dengan tingkat kebutuhan yang tinggi akan permintaan barang tersebut. Apabila kekuatan itu tidak ada, maka pantas saja apabila konsumen akan seenaknya dalam menentukan harga. Kegiatan promosi ini sebetulnya bisa dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya dengan melalui kegiatan pameran-pameran di kota-kota besar atau bahkan ke luar negeri untuk memperkenalkan produk kita kepada para pembeli atau bisa menggunakan layanan internet. Kualitas hasil produksi sektor usaha bawang goreng di Kuningan sebetulnya memiliki kualitas yang bagus, buktinya produk mereka bisa di ekspor ke Korea meskipun hanya satu bulan dalam setahun yaitu pada bulan September. Korelasi antara promosi dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng dapat dinaikan derajatnya apabila sektor usaha ini mau meningkatkan biaya untuk kegiatan promosi tersebut. Selanjutnya hubungan pun akan bersifat positif apabila biaya promosi yang dikeluarkan tersebut dinaikan lagi. Sehingga kedepan perlu ada upaya dari berbagai pihak untuk mengupayakan agar produk-produk yang telah mereka buat bisa dibantu mengenai kegiatan promosinya.

Diharapkan dengan adanya promosi ini bisa membantu dalam meningkatkan volume penjualan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian ini disimpulkan bahwa : (1) terdapat pengaruh positif antara penggunaan modal kerja dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan; dan (2) tidak terdapat pengaruh positif antara promosi dengan pengembangan sektor usaha bawang goreng di Kabupaten Kuningan.

Implikasi dari kesimpulan yang ada, peneliti memberikan saran : (1) Para pengusaha harus memajemen perusahaannya lebih baik agar perusahaan bisa merencanakan segala kegiatan perusahaan dengan baik, terutama untuk manajemen penggunaan modal kerja. Pihak pemerintah pun harus berupaya semaksimal mungkin untuk mengupayakan bantuan ketersediaan permodalan, diantaranya adalah dengan memberikan kemudahan bagi para pengusaha dalam masalah perijinan dan mendorong terjalinnya hubungan yang baik antara pelaku usaha dengan para pemilik modal atau pihak perbankan. (2) Kegiatan promosi harus lebih ditingkatkan agar perusahaan bisa memperoleh pasar yang lebih luas dan dalam upaya meningkatkan volume penjualan, juga guna meningkatkan daya tawar produk kepada konsumen. Pemerintah juga seharusnya bisa membantu kalangan pengusaha dengan cara memberikan pelatihan atau pembinaan dalam meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran yang baik dan membantu dalam mencari calon-calon pembeli yang lebih luas lagi.

Penelitian yang dilakukan memiliki beberapa keterbatasan, antara lain adalah bahwa objek penelitian masih terbatas, sehingga perlu diperluas lagi tidak hanya usaha bawang goreng saja yang diteliti agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik. Pengembangan usaha tersebut sebetulnya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor modal kerja dan promosi, terdapat faktor lain yang mempengaruhinya, antara lain orientasi wirausaha, inovasi, strategi pemasaran, sumber daya manusia, dan faktor-faktor lainnya. Disamping itu dapat pula bila memasukan variabel lingkungan sebagai variabel moderasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga (2002). *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Boediono (1982). *Teori Moneter*. Jogjakarta : Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Brata, A.G. (2003). *Distribusi Spasial UKM Di Masa Krisis*. Ekonomi Ekonomi Rakyat , November Th. II No.8.
- Basu Swastha, (1999). *Azas-azas Marketing*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Buchori Alma (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kelima. Bandung : Alfabeta.
- Firdausy, C.M. (2004). *Prospek Bisnis UKM dalam Era Perdagangan Bebas dan Otonomi Daerah*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Halim, N.R. Asisten Deputi Penelitian UKM, Kementerian Koperasi dan UKM (2006). *Memahami potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam optimalisasi pemanfaatan produk riset*. Disampaikan pada diskusi terbatas yang diselenggarakan oleh Keasdepan Program Tekno Ekonomi pada hari Selasa, 29 Agustus 2006.

- <http://www.kuningan.go.id>. Situs Resmi Pemerintah Kabupaten Kuningan
- Indriantoro dan Supomo (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : BPFE.
- Kompas (2001). *Memupuk UKM, Menuai Pemulihan Ekonomi*. 14 Desember 2001.
- Kotler, Philip (1998). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan Hendra Teguh, SE, Ak. Dan rony A. Rusli, SE, Ak. Jakarta: Prenhallindo.
- _____ (2001). *Marketing Management*. The Millenium Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kuncoro dan Riduwan (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta.
- Rheinald Kasali (2005). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, B. (1995). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta : BPFE.
- Santosa dan ashari (2005). *Analisis Statistik dengan Microssoft Exel dan SPSS*. Yogyakarta : Andi
- Stanton, William J. et.at., (1994). *Fundamental of Marketing. 10th Edition*. New York: McGraw Hill International.
- Syahyunan (2006). *Analisis Modal Kerja*. Sumatera Utara : Balai Percetakan Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Utara.
- Sugiono, (2004), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta
- Tambunan, T. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Wahyudi, B., Kasi Bina Usaha Industri Dinas Perindag Kabupaten Kuningan (2008). *Pemberdayaan UKM dalam Rangka Mendukung Pelaksanaan Otonomi Daerah*. Disampaikan dalam pelatihan Pinbuk Uniku, 13 Maret 2008, Kuningan.
- Wibisono, D. (2003). *Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.