

**ANALISIS STRATEGI UMKM BERBASIS SUMBERDAYA LOKAL
DENGAN PENDEKATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DI KECAMATAN PITURUH KABUPATEN PURWOREJO**

TESIS



Disusun oleh

YUDHIE AGUNG PRIHATNO

172203879

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

STIE WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2019

TESIS

**ANALISIS STRATEGI UMKM BERBASIS SUMBERDAYA LOKAL
DENGAN PENDEKATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DI KECAMATAN PITURUH KABUPATEN PURWOREJO**

Diajukan Oleh

YUDHIE AGUNG PRIHATNO

172203879

Tesis ini telah disetujui

pada tanggal :.....

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Abdul Halim, MBA., Ak

Zulkifli, SE., MM

dan telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Gelar Magister

Yogyakarta, September 2019

Mengetahui,
Program Magister Manajemen
STIE Widy a Wiwaha Yogyakarta
Direktur

Drs. John Suprihanto, MIM, Ph.D

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, September 2019

YUDHIE AGUNG PRIHATNO

**STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan tesis Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran tesis ini, yaitu kepada :

1. Drs. John Suprihanto, MIM, Ph.D selaku Direktur Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha.
2. Prof. Dr. Abdul Halim, MBA., Ak selaku pembimbing I yang telah memberikan dorongan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan tesis ini.
3. Zulkifli, SE., MM selaku pembimbing II yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan tesis ini.
4. Dewan penguji yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Dosen Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
6. Seluruh informan yang berkenan telah memberikan informasi kepada peneliti.
7. Istriku Veny Yudha Apriyani dan anak-anakku Raffashya Kenzie Panatagama serta Raheshya Wistara Panatagama yang selalu menjadi sumber motivasi.
8. Semua pihak yang tidak dapat kami sebut satu persatu.

Atas segala bantuan dan dukungan semua pihak saya mengucapkan terima kasih dan saran serta kritik yang membangun terhadap kesempurnaan penulisan ini sangat saya harapkan.

Yogyakarta, September 2019

YUDHIE AGUNG PRIHATNO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Strategi	5
2.1.1. Tipe-tipe Strategi	7
2.1.2. Tahapan Perencanaan Strategi	8

2.2.	Pengertian UMKM.....	9
2.3.	Pemberdayaan Masyarakat.....	16
2.3.1	Proses Pemberdayaan Masyarakat	18
2.3.2.	Prinsip-prinsip Pemberdayaan.....	22
2.3.3.	Strategi Pemberdayaan Masyarakat	25
2.3.4.	Sasaran Pemberdayaan UMKM.....	30
2.3.5.	Arah Kebijakan Pemberdayaan UMKM.....	30
2.4	Kerangka Penelitian.....	35
BAB III	METODE PENELITIAN	41
3.1.	Jenis Penelitian	41
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.	Proses Pengumpulan Data.....	43
3.5.	Model Analisis Data.....	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1.	Deskripsi UMKM Berbasis Sumber Daya Lokal di Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo	50
4.2	Deskripsi Data Faktor Internal maupun Eksternal yang Berpengaruh	50
4.3.	Hasil Penelitian.....	51
4.3.1	Analisis Faktor Internal	51
4.3.2	Analisis Faktor Eksternal	52
4.4	Analisis SWOT	52

4.5 Perumusan Alternatif Strategi.....	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

Daftar Tabel	Halaman
Tabel 2.1. Matrik SWOT	38
Tabel 3.1. Matrik Faktor Internal.....	47
Tabel 3.2. Matrik Faktor Eksternal	47
Tabel 4.1. Analisis Lingkungan Internal.....	54
Tabel 4.2. Analisis Lingkungan Eksternal	55
Tabel 4.3. Alternatif Strategi Pengembangan	60

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR GAMBAR

Daftar Gambar	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	36
Gambar 3.1. Diagram Analisis SWOT	48
Gambar 4.1. Posisi UMKM Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo dalam Analisis SWOT	58

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menyusun strategi yang tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Pituruh, Kabupaten Purworejo dengan mengenali dan menganalisis berbagai profil UMKM yang ada. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner lapangan kepada pelaku UMKM. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. UMKM yang pada umumnya merupakan suatu organisasi yang kuat dan mempunyai potensi yang baik tetapi menghadapi tantangan besar. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya. Untuk mengembangkan UMKM tentu saja tidak hanya dibebankan pada UMKM sendiri namun harus memperoleh dukungan seluruh stakeholders. Dukungan termaksud diharapkan datang dari asosiasi pengusaha, perguruan tinggi, dan atau dinas/instansi terkait di lingkungan pemerintah kabupaten dan Propinsi. Disamping itu diperlukan kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan UMKM.

Kata kunci: strategi pengembangan, UMKM, stakeholder

STIE Widya Widya
Jangan Plagiat

ABSTRACT

This study aims to develop appropriate strategies for developing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Pituruh Subdistrict, Purworejo Regency by recognizing and analyzing various existing MSME profiles. This study uses data obtained from interviews and field questionnaires to SMEs. The analytical method used is a qualitative descriptive approach. UMKM which in general is a strong organization and has good potential but faces big challenges. In connection with various problems faced by MSMEs, there are several strategies to overcome them. To develop MSMEs, of course, they are not only charged to MSMEs themselves, but must have the support of all stakeholders. The intended support is expected to come from business associations, universities, and / or related agencies / agencies within the district and provincial government. In addition, government policies are needed to encourage the development of MSMEs.

Keywords: *development strategy, MSMEs, stakeholders*

STIE Widya Wiyahana
Jangan Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja, mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. Dengan demikian upaya untuk memberdayakan UMKM harus terencana, sistematis dan menyeluruh baik pada tataran makro, meso dan mikro yang meliputi (1) penciptaan iklim usaha dalam rangka membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya, serta menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi; (2) pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM untuk meningkatkan akses kepada sumber daya produktif sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia; (3) pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM; dan (4) pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal, terutama yang masih berstatus keluarga miskin. Selain itu, peningkatan kualitas organisasi untuk berkembang secara sehat sesuai dengan jati dirinya dan membangun efisiensi kolektif terutama bagi pengusaha UMKM.

Perkembangan peran UMKM yang besar ditunjukkan oleh jumlah pelaku usaha, penyediaan lapangan kerja dan kontribusinya terhadap pendapatan nasional. Pada tahun 2017, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM yang diolah dari data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah UMKM sebanyak 62.922.617 unit usaha, yang terdiri dari pelaku usaha mikro sebanyak 62.106.900 unit usaha, jumlah usaha kecil sebanyak 757.090 unit usaha dan jumlah usaha menengah sebanyak 757.090 unit usaha. Pada tahun tersebut UMKM telah menyerap 116.673.416 tenaga kerja dengan kontribusi pada PDB sebesar 116.673.416 milyar.

Berbagai kebijakan, program dan kegiatan pemberdayaan UMKM pada telah dilakukan pemerintah diantaranya dengan adanya Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Undang-undang Nomor 1 Tahun 2016 tentang Penjaminan, Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu, Peraturan Menteri Keuangan Nomor 135/PMK.05/2008 tentang Fasilitas Penjaminan Kredit Usaha Rakyat, terbentuknya pusat promosi produk UMKM, serta dikembangkannya sistem insentif pengembangan UMKM berorientasi ekspor dan berbasis teknologi. Hasil-hasil tersebut, telah mendorong peningkatan peran UMKM terhadap perluasan penyediaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi dan pemerataan peningkatan pendapatan.

Perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas, terbatasnya akses kepada sumber daya produktif, rendahnya kualitas kelembagaan dan organisasi dan tertinggalnya kinerja. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM yaitu: rendahnya kualitas SDM UMKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Masalah eksternal yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan bahan baku. Juga yang menyangkut perolehan legalitas formal yang hingga saat ini masih merupakan persoalan mendasar bagi UMKM di Indonesia, menyusul tingginya biaya yang harus dikeluarkan dalam pengurusan perizinan. Sementara itu, kurangnya pemahaman tentang badan usaha yang memiliki struktur kelembagaan (struktur organisasi, struktur kekuasaan, dan struktur insentif) yang unik/khas dibandingkan badan usaha lainnya, Bersamaan dengan masalah tersebut UMKM juga menghadapi tantangan terutama yang ditimbulkan oleh pesatnya perkembangan globalisasi ekonomi dan liberalisasi perdagangan bersamaan dengan cepatnya tingkat kemajuan teknologi.

Dari hal diatas maka judul penelitian ini adalah “Analisis Strategi UMKM Berbasis Sumberdaya Lokal dengan Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo”

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka timbul perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu rendahnya produktivitas, terbatasnya akses kepada sumber daya produktif, rendahnya kualitas kelembagaan dan organisasi, dan tertinggalnya kinerja.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana Strategi UMKM berbasis sumberdaya lokal dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat di Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis strategi UMKM berbasis sumberdaya lokal dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat di Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo.

1.5. Manfaat Penelitian

Tulisan ini diharapkan memiliki manfaat, antara lain :

1. Sebagai sumber informasi dan pengetahuan bagi akademisi untuk keperluan kajian lebih lanjut terkait perkembangan dan strategi UMKM dalam menghadapi pasar bebas .
2. Sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijakan dan keputusan utamanya bagi pemerintah maupun lembaga lain yang terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Strategi

Pada mulanya kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” (*stratus*=militer dan *ag*= memimpin) yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz. Berdasarkan pemaknaan ini, maka kata strategi pada awalnya bukan kata disiplin ilmu manajemen, namun lebih dekat dengan bidang kemiliteran.

Menurut Hamel dan Prahalad (Rangkuti, 2014:4) strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Definisi strategi pertama kali ditemukan oleh Chandler menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Glueck dan Jauch dalam Yasmine Amalia, strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat

dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi sehingga dapat kita simpulkan pengertian strategi secara umum dan khusus yaitu:

1. Pengertian Umum

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

2. Pengertian Khusus

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.

Saat ini ada sebuah pencampuradukan kata antara strategi dengan taktik. Dalam hal pengertian, taktik ini memiliki ruang lingkup yang lebih kecil dengan waktu yang lebih singkat.

Untuk memudahkan pengertian antara strategi dan taktik, kita bisa menggunakan kata tanya “apa” dan “bagaimana”. Jika kita akan memutuskan “apa” yang seharusnya kita lakukan maka kita akan memutuskan suatu strategi. Jika kita akan memutuskan “bagaimana” untuk mengerjakan sesuatu maka itulah yang dinamakan taktik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa taktik merupakan penjabaran operasional jangka pendek

dari strategi agar strategi tersebut dapat diterapkan. Dari uraian diatas maka dapat kita simpulkan bahwa strategi memiliki beberapa sifat, yaitu :

1. Menyatu (*unified*) yaitu : menyatukan seluruh bagian-bagian dalam organisasi.
2. Menyeluruh (*comprehensif*) yaitu : mencangkup seluruh aspek dalam organisasi.
3. Integral (*integrated*) yaitu : seluruh strategi akan cocok/ sesuai untuk seluruh tingkatan.

2.1.1. Tipe - Tipe Strategi

Menurut Rangkuti (2014:6-7), pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi yaitu :

1. Strategi Manajemen

Meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya : strategi pengembangan produk, penetapan harga, akuisisi, pengembangan pasar, dan sebagainya.

2. Strategi Investasi

Merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru ataaau strategi divestasi, dan sebagainya.

3. Strategi Bisnis

Sering juga disebut sebagai strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi– fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi dan sebagainya.

2.1.2. Tahapan Perencanaan Strategis

Proses penyusunan perencanaan strategis menurut Rangkuti (2014:21) melalui tahap-tahap berikut ini, yaitu:

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan praanalisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal.

Data eksternal dapat diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan, seperti:

- a. Analisis pasar
- b. Analisis kompetitor
- c. Analisis komunitas
- d. Analisis pemasok
- e. Analisis pemerintah
- f. Analisis kelompok kepentingan tertentu

Data internal dapat diperoleh didalam perusahaan itu sendiri, seperti:

- a. Laporan keuangan (Neraca, Laba- Rugi, Cash Flow, Struktur Pendanaan).
- b. Laporan kegiatan sumber daya manusia (jumlah karyawan, pendidikan, keahlian, pengalaman, gaji, turn-over).
- c. Laporan kegiatan operasional
- d. Laporan kegiatan pemasaran

2. Tahap Analisis

Setelah megumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Salah satu model yang sering digunakan adalah matriks.

2.2. Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. UMKM memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UMKM sangat membantu negara/pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UMKM banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga.

UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. UMKM perlu perhatian yang khusus dan didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi *link* bisnis yang terarah antara pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah selalu menarik untuk dikaji, bukan hanya dari aspek ketahanan, aspek pembiayaan, perolehan pinjaman atau dari aspek manajerial usaha. Pada era globalisasi khususnya dengan adanya integrasi ekonomi di Asia Tenggara, yaitu penyatuan ekonomi (Economic Union) yang menjadikan Asia Tenggara menjadi suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal membuat UMKM harus mampu mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran ekonomi global.

Dalam hal ini, UMKM dituntut untuk mampu bersaing dan menciptakan produk yang dapat diterima tidak hanya oleh konsumen dalam negeri (Indonesia) tetapi juga konsumen di Asia Tenggara. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) selalu hadir karena memang diperlukan. UMKM ini selalu pula dapat membuktikan ketahanannya, terutama ketika bangsa kita dilanda badai krisis ekonomi. UMKM ini tampak merupakan salah satu sektor usaha penyangga utama yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Dari Data BPS dan Kementerian Koperasi dalam Wahyudin (2013:27), dari seluruh kelas usaha menunjukkan bahwa usaha skala kecil di Indonesia menempati porsi sekitar 99%, artinya hampir seluruh usaha di

Indonesia merupakan usaha kecil, hanya 1% saja usaha menengah dan besar.

Perkembangan dan pertumbuhan UMKM pun cukup bagus dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan UMKM. Pemerintah secara serius memberikan perhatian lebih pada sektor usaha ini. Alasannya, usaha kecil ini menjadi tulang punggung penyediaan tenaga kerja, karena perusahaan besar lebih menekankan penggunaan teknologi dari pada tenaga kerja manusia. UMKM mampu menjadi stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan UMKM, disebabkan UMKM mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar.

UMKM mampu menopang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan bahan pendukung lainnya. UMKM juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen. Kedudukan UMKM ini semakin mantap. Selain mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak, UMKM ini bersifat lincah sehingga mampu bertahan di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti terjadinya krisis global seperti saat ini. Umumnya, UMKM memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar.

Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, dan rendahnya kualitas produk. Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional dikategorikan rendah. Hal ini dikarenakan UMKM, yang banyak menyerap tenaga kerja, mempunyai produktivitas yang sangat rendah. Bila upah dijadikan produktivitas, upah rata-rata UMKM masih berada pada upah minimum. Kondisi ini merefleksikan produktivitas sektor mikro, kecil dan menengah yang rendah bila dibandingkan dengan usaha yang lebih besar.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM diperlukan langkah bersama untuk mengangkat kemampuan teknologi dan daya inovasinya. Dalam hal ini inovasi berarti sesuatu yang baru bagi si penerima yaitu komunitas UMKM yang bersangkutan. Kemajuan ekonomi terkait dengan tingkat perkembangan yang berarti tahap penguasaan teknologi. sebagian terbesar bersifat statis atau tidak terkodifikasi dan dibangun di atas pengalaman. Juga bersifat kumulatif (terbentuk secara *'incremental'* dan dalam waktu yang tertentu). Waktu penguasaan teknologi ini bergantung pada sektor industrinya (*sector specific*) dan proses akumulasinya mengikuti lintasan tertentu yang khas.

Di antara berbagai faktor penyebabnya, rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM

menjadi isu yang mengemuka saat ini. Pengembangan UMKM secara parsial selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM, perkembangan ekonomi secara lebih luas mengakibatkan tingkat daya saing kita tertinggal dibandingkan dengan negara-negara tetangga kita seperti misalnya Tiongkok dan Malaysia. Karena itu kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil, tapi karena produktivitasnya yang rendah. Peningkatan produktivitas pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Ciri-ciri perusahaan mikro, kecil dan menengah di Indonesia, secara umum adalah:

1. Manajemen berdiri sendiri, dengan kata lain tidak ada pemisahan yang tegas antara pemilik dengan pengelola perusahaan. Pemilik adalah sekaligus pengelola dalam UMKM.
2. Modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil pemilik modal.
3. Daerah operasinya umumnya lokal, walaupun terdapat juga UMKM yang memiliki orientasi luar negeri, berupa ekspor ke negara-negara mitra perdagangan.

4. Ukuran perusahaan, baik dari segi total aset, jumlah karyawan, dan sarana prasarana yang kecil.

UMKM tidak saja memiliki kekuatan dalam ekonomi, namun juga kelemahan. Segala usaha bisnis dijalankan dengan azas manfaat, yaitu bisnis harus dapat memberikan manfaat tidak saja secara ekonomi dalam bentuk laba usaha, tetapi juga kelangsungan usaha. Beberapa faktor penentu keberhasilan usaha adalah:

1. Kemampuan mengembangkan dan mengimplementasikan rencana perusahaan, baik jangka pendek maupun panjang.
2. Kapabilitas dan kompetensi manajemen.
3. Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan modal untuk menjalankan usaha.

Krisis global dunia telah menggagalkan, bahkan membangkrutkan banyak bisnis di dunia. Sebagai contoh, dalam krisis global yang melanda dunia tahun 2008-2009, Indonesia menjadi salah satu negara korban krisis global, walaupun kita telah belajar dari pengalaman sebelumnya bahwa sektor UMKM tahan krisis, namun tetap saja harus ada kewaspadaan akan dampak krisis ini terhadap sektor UMKM dan ada beberapa tantangan UMKM dalam menghadapi era krisis global yaitu :

1. Tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan UMKM dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan, serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.

2. Sebagian besar usaha UMKM belum mempunyai status badan hukum.
3. Masalah utama yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja adalah tidak terampil dan mahal biaya tenaga kerja. Regenerasi perajin dan pekerja terampil relatif lambat. Akibatnya, di banyak sentra ekspor mengalami kelangkaan tenaga terampil untuk sektor tertentu.
4. Dalam bidang pemasaran, masalahnya terkait dengan banyaknya pesaing yang bergerak dalam industri yang sama, relatif minimnya kemampuan bahasa asing sebagai suatu hambatan dalam melakukan negosiasi, dan penetrasi pasar di luar negeri.

Salah satu langkah strategis untuk mengamankan UMKM dari ancaman dan tantangan krisis global adalah dengan melakukan penguatan pada multi-aspek. Salah satu yang dapat berperan adalah aspek kewirausahaan. Wirausaha dapat mendayagunakan segala sumber daya yang dimiliki, dengan proses yang kreatif dan inovatif, menjadikan UMKM siap menghadapi tantangan krisis global. Beberapa peran kewirausahaan dalam mengatasi tantangan di UKM adalah:

1. Memiliki daya pikir kreatif, yang meliputi:
 - a. Selalu berpikir secara visionaris (melihat jauh ke depan), sehingga memiliki perencanaan tidak saja jangka pendek, namun bersifat jangka panjang (strategis).
 - b. Belajar dari pengalaman orang lain, kegagalan, dan dapat terbuka menerima kritik dan saran untuk masukan pengembangan UMKM.

2. Bertindak inovatif, yaitu:
 - a. Selalu berusaha meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas dalam setiap aspek kegiatan UMKM.
 - b. Meningkatkan kewaspadaan dalam menghadapi persaingan bisnis.
3. Berani mengambil resiko dan menyesuaikan profil resiko serta mengetahui resiko dan manfaat dari suatu bisnis. UMKM harus memiliki manajemen resiko dalam segala aktivitas usahanya.

2.3. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan berasal dari kata daya yang berarti kekuatan atau kemampuan. Berdaya suatu kondisi atau keadaan yang mendukung adanya kekuatan atau kemampuan. Pemberdayaan adalah suatu upaya untuk meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh suatu masyarakat sehingga mereka dapat mengaktualisasikan jati diri, hasrat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri.

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu usaha atau upaya sadar untuk meningkatkan kemampuan atau mengubah suatu kondisi. Hal ini serupa apa yang diungkapkan oleh Sulistiyani (2004: 79) pemberdayaan adalah suatu upaya rangkaian kegiatan untuk membangun masyarakat, dengan cara memberikan suatu dorongan, motivasi agar dapat membangkitkan kesadaran serta mau mengembangkannya potensi yang dimiliki.

Menurut Suharto (2010: 59) pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan adalah suatu serangkaian kegiatan untuk memperkuat keberdayaan kelompok lemah dalam hal ini masyarakat yang kurang mampu (miskin) dalam lingkup masyarakat. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan adalah suatu keadaan ingin mencapai suatu perubahan masyarakat yang berdaya, dan masyarakat yang mandiri dalam memenuhi kebutuhan fisik, ekonomi, maupun sosial seperti mempunyai kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai pekerjaan, dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosial.

Menurut Usman (2010: 17) memberikan empat pengertian tentang pemberdayaan masyarakat yaitu (1) pemberdayaan dimaknai dalam konteks menempatkan posisi berdirinya masyarakat yang mengartikan bahwa masyarakat sebagai objek pemberdayaan bukan sebagai subjek (2) pemberdayaan secara prinsipil berurusan dengan upaya memenuhi kebutuhan masyarakat yang artinya bahwa pemberdayaan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (3) pemberdayaan terbentang dari proses sampai visi ideal yang artinya masyarakat merupakan otak atau penggerak dalam kegiatan sehingga masyarakat mempunyai kemandirian dan kemampuan dalam melakukan akses kontrol terhadap lingkungan, komunitas, sumberdaya dan relasi sosial politik dengan negara (4) pemberdayaan terbentang dari level psikologis-personal (anggota masyarakat) sampai ke level struktur masyarakat kolektif yang artinya pemberdayaan upaya membuat masyarakat memiliki pengetahuan, wawasan, harga diri, kemampuan, kompetensi, motivasi, kreasi, dan kontrol individu.

Menurut Adisasmita (2006: 35) mengatakan pemberdayaan masyarakat adalah upaya pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya masyarakat pedesaan secara lebih efektif dan efisien, baik dari (1) aspek masukan atau input (SDM, dana, peralatan/sarana, data, rencana dan teknologi); (2) dari aspek proses (pelaksanaan, monitoring dan pengawasan); (3) dari aspek keluaran atau output (pencapaian sasaran, efektifitas dan efisiensi).

Berdasarkan pernyataan diatas tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah upaya mengembangkan potensi sumber daya yang tersedia di daerah baik secara sumber daya alam (SDA) maupun sumber daya manusia (SDM), agar tercipta kebermanfaatn dalam kehidupan sosial dan individu sehingga masyarakat memiliki keterampilan dan pengetahuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daerah.

Menurut Robinson, pemberdayaan adalah suatu proses pribadi dan sosial, suatu pembebasan kemampuan pribadi kompetensi, kreatifitas dan kebebasan bertindak.

Pengertian masyarakat menurut Gillin dan Gilling adalah kelompok masyarakat yang mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan yang diikat oleh kesamaan agama. Pemberdayaan masyarakat adalah pemberdayaan secara leksikal adalah berarti penguatan secara teknis. Istilah pemberdayaan dapat disamakan dengan istilah pengembangan dalam pengertian lain, pemberdayaan adalah upaya memperluas horizon pilihan bagi masyarakat ini berarti masyarakat diberdayakan untuk memilih suatu yang bermanfaat bagi dirinya.

2.3.1. Proses Pemberdayaan Masyarakat

1. Cara-cara Motivasi, Pelatihan Pembinaan dan Evaluasi

a. Cara-cara melakukan motivasi

Motivasi dapat ditimbulkan dengan cara membuat rancangan kerja yang memungkinkan seorang pegawai bersedia melakukan kearah itu. Untuk itu rancangan kerja sebaiknya memuat ciri-ciri: simplikasi, standarisasi, dan spesialisasi. Rancangan pegawai yang memuat ciri-ciri tersebut mampu meningkatkan motivasi pegawai.

Motivasi dapat ditimbulkan melalui rancangan kerja. Ciri-ciri rancangan kerja yang baik adalah bersifat simplikasi, maksudnya adalah rancangan kerja harus mempunyai nilai implikasi (pelaksanaan) yang mendekati dengan kondisi kerja yang sebenarnya. Rancangan kerja juga harus bersifat standarisasi, maksudnya ada nilai setandar yang ditetapkan,

ukuran standarisasi ini tidak akan sama bahkan cenderung berbeda antara satu perusahaan atau organisasi dengan perusahaan atau organisasi yang lain. Rancangan kerja juga harus bersifat spesialisasi, maksudnya membuat satu model rancangan kerja dengan melakukan pemilihan antara satu karyawan yang lain disesuaikan dengan jabatannya dalam suatu perusahaan.

Huckman dan Oldman sebagaimana (Ambar Teguh Sulistiyani dan Rosidah, 2012) juga menyajikan tantangan yang cukup berarti mengenai pendekatan historis dalam desain pegawai, karena pegawai publik jarang menerima *ekstrinsic reward* yang memadai, maka metode pembuatan desain dalam membangun *intrinsic reward* patut memperoleh perhatian.

Metode pembuatan desain pegawai mutlak melalui pendekatan historis, artinya dengan melihat kenyataan-kenyataan dilapangan terutama yang berhubungan dengan imbalan luar seperti bonus dan insentif.

b. Cara-cara melakukan pelatihan dan pembinaan

Program latihan mempunyai tiga tahapan aktivitas, yaitu:

- 1) Penilaian kebutuhan pelatihan (*need assesment*), yang tujuannya adalah mengumpulkan informasi untuk menentukan dibutuhkan atau tidaknya program pelatihan.

- 2) Pengembangan program pelatihan (*development*), bertujuan untuk merancang lingkungan pelatihan dan metode-metode pelatihan yang dibutuhkan guna mencapai tujuan pelatihan.
- 3) Evaluasi program pelatihan (*evaluation*), yang mempunyai tujuan untuk menguji dan menilai apakah program-program pelatihan yang telah dijalani, secara efektif mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Penentuan kebutuhan pelatihan memerlukan tiga tipe analisis, yaitu analisis organisasional, analisis operasional, dan analisis personal. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pengembangan pegawai melalui pelatihan, berikut ini dikemukakan beberapa metode pelatihan, diantaranya menurut Jucius (dalam Ambar Teguh Sulistiyani dan Rosidah, 2012), sebagai berikut:

- 1) *On The Job Training* (pelatihan ditempat kerja), metode ini menyarankan perlunya pelatihan pada tenaga kerja baru.
- 2) *Vestibule Training*, pelatihan ini berupa kursus singkat yang direkayasa sehingga kondisi dan fasilitas kursus mendekati situasi kerja yang sebenarnya.
- 3) *Apprenticeship Training*, maksudnya adalah pegawai baru yang dimagangkan ada *sesorang* yang ahli dalam bidang tertentu.
- 4) *Internship Training*, program pelatihan yang dilakukan sebuah lembaga pendidikan dengan instansi lain seperti perusahaan, instansi pemerintah untuk memberikan latihan kepada siswa atau mahasiswa.

- 5) *Learner Training*, kadang-kadang perusahaan diharapkan dengan permasalahan banyaknya tumpukan tugas yang perlu segera diselesaikan, sedangkan jenis pekerjaan tersebut merupakan pekerjaan yang memerlukan tenaga kerja setengah terampil dalam jangka pendek, maka dari itu perusahaan mengirimkan sejumlah tenaga kerja yang ada untuk mengikuti pelatihan pada sebuah sekolah pada kejuruan tertentu.
- 6) *Outside course*, merupakan metode pelatihan yang dilakukan oleh suatu lembaga *professional* bekerjasama dengan suatu perusahaan tertentu.
- 7) *Retraining and upgrading*, metode pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas keterampilan pegawai baru untuk mengantisipasi kondisi lingkungan yang senantiasa berubah dan berkembang.

Pelatihan dan pembinaan pegawai dapat dilakukan melalui metode-metode tersebut. Pelaksanaan model-model pelatihan ini disesuaikan dengan kondisi dan situasi pegawai yang bersangkutan. Adapun pendekatan pelatihan menggunakan empat pendekatan yaitu: pendidikan formal, perkiraan ataupun penilaian, pengalaman kerja dan hubungan antar pribadi.

Pendekatan pelatihan dimaksudkan agar metode yang dipilih dapat disesuaikan dengan karakteristik diri peserta pelatihan, pendekatan pelatihan yang dapat digunakan adalah pendidikan formal, perkiraan ataupun penilaian, pengalaman kerja dan hubungan antar pribadi.

c. Cara-cara melakukan evaluasi

Dalam tahapan evaluasi program, ditentukan apakah tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai. Evaluasi menjadikan perencanaan sebagai suatu proses yang berkesinambungan. Evaluasi baru dapat dilaksanakan kalau rencana sudah dilaksanakan. Namun demikian, perencanaan yang baik harus sudah dapat menggambarkan proses evaluasi yang akan dilaksanakan.

- 1) Bertindak bersama yaitu tidak hanya sekedar ikut dalam pengambilan keputusan tetapi juga terlibat dan menjalin kemitraan dalam pelaksanaan kegiatannya.
- 2) Memberikan dukungan yaitu dimana kelompok-kelompok lokal menawarkan pendanaan, nasehat, dan dukungan lain untuk mengembangkan agenda kegiatan.

2.3.2. Prinsip-prinsip Pemberdayaan

Terdapat empat prinsip yang sering digunakan untuk suksesnya program pemberdayaan, yaitu prinsip kesetaraan, partisipasi, keswadayaan atau kemandirian, dan berkelanjutan (Sumaryadi, 2005:11). Berikut penjelasannya:

1. Prinsip Kesetaraan

Prinsip utama yang harus dipegang dalam proses pemberdayaan masyarakat adalah adanya kesetaraan atau kesejajaran kedudukan antara masyarakat dengan lembaga yang melakukan program-program pemberdayaan masyarakat, baik laki-laki maupun perempuan. Dinamika yang dibangun adalah hubungan kesetaraan dengan mengembangkan mekanisme berbagai pengetahuan, pengalaman, serta keahlian satu sama lain. Masing-masing saling mengakui kelebihan dan kekurangan, sehingga terjadi proses saling belajar.

2. Partisipasi

Program pemberdayaan yang dapat menstimulasi kemandirian masyarakat adalah program yang sifatnya partisipatif, direncanakan, dilaksanakan, diawasi, dan dievaluasi oleh masyarakat. Namun, untuk sampai pada tingkat tersebut perlu waktu dan proses pendampingan yang melibatkan pendamping yang berkomitmen tinggi terhadap pemberdayaan masyarakat.

3. Keswadayaan atau kemandirian

Prinsip keswadayaan adalah menghargai dan mengedepankan kemampuan masyarakat daripada bantuan pihak lain. Konsep ini tidak memandang orang miskin sebagai objek yang tidak berkemampuan (*the have not*), melainkan sebagai subjek yang memiliki kemampuan sedikit (*the have little*). Mereka memiliki

kemampuan untuk menabung, pengetahuan yang mendalam tentang kendala-kendala usahanya, mengetahui kondisi lingkungannya, memiliki tenaga kerja dan kemauan, serta memiliki norma-norma bermasyarakat yang sudah lama dipatuhi. Semua itu harus digali dan dijadikan modal dasar bagi proses pemberdayaan. Bantuan dari orang lain yang bersifat materiil harus dipandang sebagai penunjang, sehingga pemberian bantuan tidak justru melemahkan tingkat keswadaanya. Prinsip “mulailah dari apa yang mereka punya”, menjadi panduan untuk mengembangkan keberdayaan masyarakat. Sementara bantuan teknis harus secara terencana mengarah pada peningkatan kapasitas, sehingga pada akhirnya pengelolaannya dapat dialihkan kepada masyarakat sendiri yang telah mampu mengorganisir diri untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi.

4. Berkelanjutan

Program pemberdayaan perlu dirancang untuk berkelanjutan, sekalipun pada awalnya peran pendamping lebih dominan dibanding masyarakat sendiri. Tapi secara perlahan dan pasti, peran pendamping akan makin berkurang, bahkan akhirnya dihapus, karena masyarakat sudah mampu mengelola kegiatannya sendiri.

2.3.3. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Proses pemberdayaan menjelaskan bahwa proses pemberdayaan ada dua kecenderungan. Pertama, proses pemberdayaan yang menekankan pada proses memberikan atau mengalihkan sebagian kekuatan, kekuasaan atau kemampuan kepada masyarakat agar individu lebih berdaya.

Kecendrungan pertama tersebut dapat disebut sebagai kecenderungan primer dari makna pemberdayaan. Sedangkan kecenderungan kedua atau kecenderungan sekunder menekankan pada proses menstimulasi, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog. Proses pemberdayaan masyarakat kerap kali dilakukan melalui pendekatan kelompok dimana anggota bekerja sama dan berbagi pengalaman dan pengetahuannya. Pelaksanaannya melalui tahapan-tahapan yang disusun secara sistematis dan merupakan proses kegiatan yang diulang terus menerus. Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk menciptakan atau meningkatkan kapasitas masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, dalam memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraannya. Pemberdayaan masyarakat memerlukan keterlibatan yang lebih besar dari perangkat pemerintah daerah serta berbagai

pihak untuk memberikan kesempatan dan menjamin keberlanjutan berbagai hasil yang dicapai.

Adapun menurut istilah pemberdayaan dikelompokkan menjadi dua macam yaitu:

1. Pemberdayaan sebagai sebuah proses

Sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan.

2. Pemberdayaan sebagai sebuah tujuan

Sebagai tujuan, maka pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya. Strategi yang merupakan bagian penting dalam proses pengembangan tentunya menjadi pijakan atas langkah-langkah yang akan dijalani demi kelancaran program.

Menurut Rudi (2015) ada tiga dasar di dalam menyusun kegiatan untuk mengembangkan, masyarakat yaitu:

1. Strategi empiris rasional yaitu strategi yang didasarkan pada asumsi-asumsi bahwa manusia adalah kebodohan dan tahyul. Manusia akan mengikuti akan kepentingan dirinya sendiri yang rasional. Manusia akan menerimaperubahan jika perubahan itu dapat diterima dan dibenarkan secara rasional.
2. Strategi non reductif yaitu strategi yang didasarkan pada asumsi-asumsi bahwa pola tindakan dan perilaku masyarakat didukung oleh norma-norma sosial budaya dan komitmen individu oleh sikap dan norma-norma.
3. Strategi kekuatan paksaan yaitu strategi yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia akan mengikuti keinginan dari pihak lain yang dipandang memiliki kekuasaan yang lebih besar pemenuhan kebutuhannya berada pada pihak tersebut. Masyarakat yang memiliki tingkat intelektual rendah dan situasi masyarakat yang anomi menurut peran yang lebih besar dari pengusaha untuk melakukan inisiatif dan pengaturan.

Pemberdayaan kelompok masyarakat mengarah pada hal-hal yang mengacu pada:

1. Pemihakan dan pemberdayaan masyarakat dalam arti bahwa pemberdayaan diutamakan untuk meningkatkan kemampuan, daya saing, dan partisipasi masyarakat.
2. Pemantapan ekonomi dan pendelegasian wewenang dalam pengelolaan pembangunan yang mengembangkan peran serta masyarakat, dalam arti semakin memberikan kesempatan yang lebih besar terhadap masyarakat yang selama ini terpinggirkan dan tidak pernah terlibat dalam pengambilan keputusan atas pembangunan suatu daerah.

Pemberdayaan masyarakat berperan untuk membentuk karakter masyarakat sehingga mampu memperkuat basis ekonomi.

Dengan adanya pemberdayaan, masyarakat diharapkan mampu :

1. Mampu menyediakan dan memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, meliputi primer dan sekunder.
2. Menyediakan prasarana dan sarana produksi secara lokal yang memungkinkan masyarakat dapat memperoleh dengan harga terjangkau dan kualitas bagus.
3. Meningkatkan peran kelompok masyarakat sebagai wadah untuk mempermudah pencapaian tujuan individu-individu.
4. Menciptakan hubungan kegiatan ekonomi produktif di daerah yang memiliki ciri-ciri berbasis sumber daya lokal (*resource based*), memiliki pasar yang jelas, dan mengembangkan usaha dengan pemanfaatan teknologi.
5. Mampu menciptakan hubungan komunikasi dan dasar hubungan ekonomi antar desa.
6. Mewujudkan struktur ekonomi Indonesia yang berbasis pada ekonomi dengan pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya desa.

Bentuk pemberdayaan kelompok masyarakat agar mencapai efektifitas dan mampu memperkuat ekonomi perlu dilakukan kegiatan berikut :

1. Menumbuhkembangkan kesempatan, kemauan, dan kemampuan masyarakat untuk berpartisipasi. Partisipasi yang dimaksud tidak terbatas pada keterlibatan dalam pelaksanaan kegiatan, melainkan menumbuhkan keterlibatan masyarakat secara mandiri dan sukarela mulai pengambilan keputusan, perencanaan, pelaksanaan kegiatan, pemantauan, dan evaluasi serta pemanfaatan hasil-hasil pembangunan.
2. Pengembangan kapasitas individu dan organisasi. Kapasitas adalah kemampuan individu dan organisasi untuk menunjukkan efektifitas, efisiensi, dan keberlanjutan fungsi-fungsi sesuai dengan status dan peran masing-masing. Kapasitas bukan sesuatu yang pasif, melainkan merupakan bagian dari suatu proses yang berkelanjutan. Kapasitas menyangkut mutu SDM dan pemanfaatannya. Karena itu fungsi-fungsi individu dalam organisasi menjadi kata kunci yang harus diperhatikan. Basis ekonomi harus diperkuat dengan berbagai cara berkaitan dengan pembebasan bea masuk untuk produk luar negeri, sehingga potensi desa yang dimiliki tidak dirampas oleh pasar asing dan persaingan pasar mampu dilewati oleh usaha-usaha yang dibentuk oleh kelompok masyarakat yang bertujuan agar Indonesia mampu

meningkatkan ekspor yang beberapa tahun ini mengalami penurunan. Minimal dengan memperkuat ekonomi, masyarakat mampu mengurangi ketergantungan produk dari produsen besar dalam negeri maupun luar negeri.

2.3.4. Sasaran Pemberdayaan UMKM

Sasaran pemberdayaan UMKM adalah:

1. Meningkatnya produktivitas dan nilai ekspor produk UMKM;
2. Tumbuhnya wirausaha baru berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi; dan
3. Meningkatnya jumlah UMKM yang dikelola secara profesional.

2.3.5. Arah Kebijakan Pemberdayaan UMKM

Kebijakan pemberdayaan UMKM secara umum diarahkan untuk mendukung upaya-upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor.

Dalam kerangka itu, pengembangan UMKM diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing. Pengembangan UMKM juga diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah.

Dalam rangka mendukung upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, dilakukan penyediaan dukungan dan kemudahan untuk pengembangan UMKM.

Pengembangan UMKM tersebut diarahkan untuk meningkatkan kapasitas usaha dan keterampilan pengelolaan usaha serta sekaligus meningkatkan kepastian dan perlindungan usahanya, sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri, berkelanjutan dan siap untuk tumbuh dan bersaing.

Pemberdayaan UMKM juga diarahkan untuk mendukung penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, antara lain melalui peningkatan kepastian berusaha dan kepastian hukum, pengembangan sistem insentif untuk menumbuhkan wirausaha baru berbasis teknologi dan/atau berorientasi ekspor, serta peningkatan akses dan perluasan pasar ekspor bagi produk-produk UMKM.

Dalam rangka itu, UMKM sudah diberi kemudahan dalam formalisasi dan perijinan usaha, antara lain dengan adanya pola pelayanan satu atap untuk memperlancar proses dan mengurangi biaya perijinan. Di samping itu dikembangkan budaya usaha dan kewirausahaan, terutama di kalangan angkatan kerja muda, melalui pelatihan, bimbingan konsultasi dan penyuluhan, serta kemitraan usaha.

UMKM yang merupakan pelaku ekonomi mayoritas adalah salah satu komponen dalam sistem pembangunan. Oleh karena itu,

kebijakan pemberdayaan UMKM harus sejalan dengan dan mendukung kebijakan pembangunan. Untuk itu, UMKM diberikan kesempatan berusaha yang seluas-luasnya dan dijamin kepastian usahanya dengan memperhatikan kaidah efisiensi ekonomi, serta diperluas aksesnya kepada sumberdaya produktif agar mampu memanfaatkan kesempatan usaha dan potensi sumberdaya lokal yang tersedia untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha serta mengembangkan ragam produk unggulannya. Upaya ini didukung dengan peningkatan kapasitas kelembagaan dan kualitas layanan lembaga keuangan lokal menjadi alternatif sumber pembiayaan bagi UMKM. Di samping itu, agar lembaga pembiayaan untuk UMKM menjadi lebih kuat dan tangguh, jaringan antar LKM dan antara LKM dan Bank juga perlu dikembangkan.

UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional, UMKM harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat tersebut, yang diwujudkan melalui pemberdayaan UMKM. Pemberdayaan adalah upaya yang

dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap UMKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Kebijakan pemberdayaan UMKM antara lain dimuat dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM dan Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Pembangunan Jangka menengah Nasional Tahun 2015-2019.

Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah disebutkan antara lain prinsip-prinsip dan tujuan pemberdayaan UMKM.

1. Prinsip pemberdayaan UKM, meliputi:

- a. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
- b. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan;
- c. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM;
- d. Peningkatan daya saing UMKM, dan
- e. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

2. Tujuan pemberdayaan UMKM adalah:

- a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan;
- b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
- c. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

Dalam rangka pemberdayaan UMKM pemerintah telah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Dalam rangka mengembangkan dan memberdayakan UMKM, khususnya pelaku usaha mikro dan kecil, pemerintah juga telah melakukan terobosan melalui Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 tentang Perijinan untuk Usaha Mikro dan Kecil. Ijin Usaha Mikro dan Kecil atau biasa disebut IUMK merupakan izin dalam bentuk naskah satu lembar yang diperuntukkan bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) yang dapat diperoleh dengan mudah, cepat dan tanpa dipungut biaya. Disamping itu dengan IUMK para pelaku UMKM dapat memperoleh (1) Kepastian dan perlindungan dalam berusaha di lokasi yang telah ditetapkan, (2) Kemudahan dalam akses pembiayaan ke lembaga keuangan bank dan non bank,

(3) Pendampingan untuk pengembangan usaha dan (4) Kemudahan dalam pemberdayaan dari pemerintah pusat dan daerah atau lembaga lainnya.

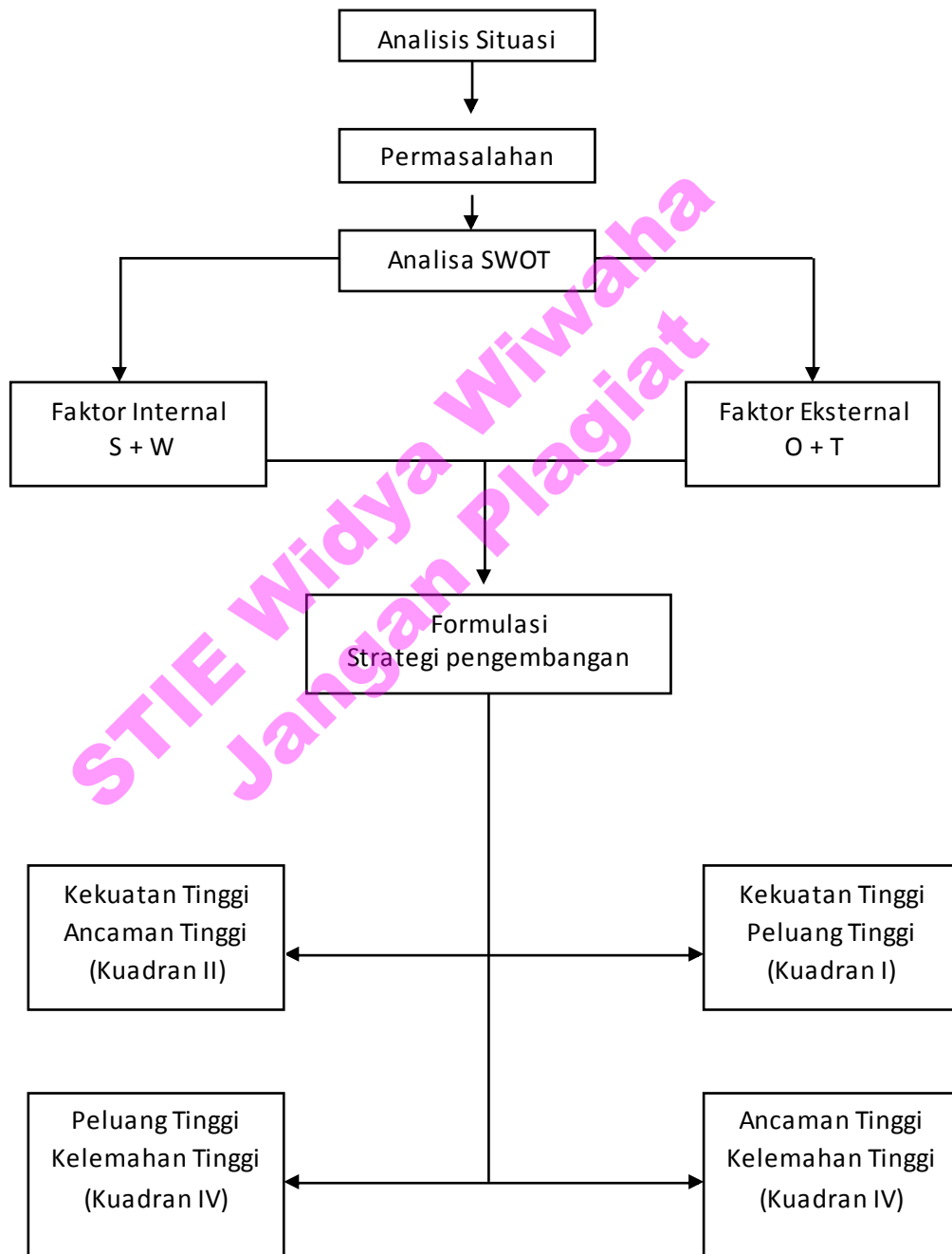
Dalam Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Pembangunan Jangka menengah Nasional Tahun 2015-2019, telah menetapkan lima kebijakan untuk mendorong penguatan pengelolaan UMKM yaitu :

1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) melalui promosi kewirausahaan, pelatihan vokasi, dan layanan pengembangan bisnis.
2. Meningkatkan nilai tambah produk dan jangkauan pemasaran melalui penggunaan teknologi, standar kualitas dan sertifikasi produk, serta perbaikan promosi, pemasaran, dan fasilitas kerja.
3. Meningkatkan akses keuangan melalui provisi Kredit Usaha Rakyat (KUR), dana bergulir, juga institusi keuangan non bank dan layanan keuangan syariah.
4. Memperbaiki skala bisnis dengan promosi kerja sama dan pengembangan kluster bisnis.
5. Memperbaiki iklim bisnis dengan penyederhanaan lisensi dan prosedur bisnis.

2.4. Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori diatas maka secara sederhana dapat digambarkan kerangka penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Sumber : data (olahan teori), 2019

Keterangan:

a. Kuadran I

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

b. Kuadran II

Meskipun menghadapi ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah strategi diversifikasi, yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

c. Kuadran III

Peluang masih besar, tetapi terdapat kelemahan internal. Strategi yang diterapkan adalah meminimalkan kelemahan/masalah internal, tegas dapat merebut peluang yang baik.

d. Kuadran IV

Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, terdapat berbagai macam-macam dan kelemahan internal (Freddy Rangkuti, 2014:20).

Selanjutnya untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi tersebut dapat diatasi dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, maka digunakan alat untuk menyusun faktor-faktor strategik dengan Matrik SWOT sebagaimana disajikan Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 kelemahan internal
OPPORTUNITY (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGISO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGIWO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGIST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGIWO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Freddy Rangkuti, 2014:82)

Dari gambaran yang disajikan dengan Matrik SWOT dalam Tabel 2.1 di atas, maka terdapat empat alternatif strategi dalam menyusun isu-isu strategik yang akan dikaji, yaitu:

1. Strategi SO : Strategi yang dibuat berdasarkan logika bahwa organisasi atau perusahaan dalam hal ini UMKM, mampu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Dalam konteks ini, UMKM dapat memanfaatkan keuntungan dari dikembangkannya metode-metode baru untuk mempercepat pengembangan usaha.
2. Strategi ST : Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan untuk mengatasi ancaman. Dalam konteks ini, UMKM dapat menciptakan produk atau jasa yang tidak ditawarkan oleh pesaingnya dengan menggunakan pengalaman dan kerja sama dengan mitra kerja yang telah terjalin lama.

3. Strategi WO : Strategi diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Dalam konteks ini, UMKM dapat mulai membuka diri terhadap inovasi teknologi serta cara-cara yang baru.
4. Strategi WT : Strategi didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman (*Freddy Rangkuti, 2014:84*)

Aspek-aspek yang termuat dalam masing-masing komponen tersebut yang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dijelaskan oleh Pearce dan Robinson (1999) sebagai berikut:

1. Peluang adalah : situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan merupakan salah satu sumber peluang, identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli (konsumen) atau pemasok dapat memberikan peluang bagi organisasi (perusahaan).
2. Ancaman adalah : situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan oleh perusahaan (organisasi). Masuknya pesaing baru, lambatnya perubahan pasar, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

3. Kekuatan adalah : sumber daya, ketrampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus (*distinctive competence*) yang dapat memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan. Kekuatan terkandung dalam sumber daya keuangan, citra produk, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dengan pemasok dan atau faktor-faktor sejenisnya.
4. Kelemahan adalah : keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, ketrampilan, dan citra produk dapat memberikan sumber kelemahan bagi organisasi (perusahaan). Pada dasarnya analisis SWOT adalah satu cara untuk menilai “kondisi atau kemampuan” suatu organisasi dengan membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini lebih bersifat deskriptif kualitatif, yang berarti bahwa dalam penelitian ini tidak menggunakan pengujian – pengujian secara inferensia, tetapi lebih banyak menggunakan penilaian berdasarkan skor. Disamping itu dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menggeneralisasikan hasilnya pada subyek yang lain. Dengan demikian hasil penelitian ini hanya dapat diaplikasikan untuk subyek yang bersangkutan saja. Pendekatan penelitian secara deskriptif kualitatif ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas pada permasalahan yang menjadi obyek penelitian, sehingga solusi dari permasalahan itu sangat spesifik.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Populasi penelitian ini

adalah pelaku UMKM berbasis sumber daya lokal di Kecamatan Pituruh, Kabupaten Purworejo.

Menurut Sugiyono (2013), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel terdiri dari sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain sejumlah, tidak semua populasi menjadi sampel dalam penelitian. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*.

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Dari pengertian tersebut maka syarat responden adalah sebagai berikut: 1. Jenis usaha adalah UMKM. 2. Usaha mikro, kecil, dan menengah yang kriterianya berdasarkan jumlah tenaga kerja menurut BPS, dimana dengan jumlah tenaga kerja mikro 1-4 tenaga kerja, kecil 5-19 tenaga kerja, dan menengah 20-99 tenaga kerja.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2013), ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Berdasarkan hal tersebut, jumlah sampel dan responden yang akan diambil yaitu pada 30 pelaku UMKM berbasis sumber daya local di Kecamatan Pituruh, Kabupaten Purworejo.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data – data yang diperlukan dalam penelitian ini akan didapatkan dengan teknik :

a. Teknik Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk mendapatkan data untuk dipakai dalam angket, sehingga diperlukan wawancara langsung secara tatap muka.

b. Teknik Angket

Angket merupakan sekelompok daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebagai alat pengukuran (instrumen), yang harus diisi dan dikembalikan oleh responden yang terkait dengan penelitian ini. Angket akan dibuat dengan pendekatan Skala Likert

Angket berisikan berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan penilaian berbagai faktor internal maupun eksternal perusahaan yang diisi oleh pelaku UMKM berbasis sumber daya lokal di Kecamatan Pituruh, Kabupaten Purworejo. Setelah semua data diperoleh maka akan dipakai untuk menentukan dimana posisi UMKM berbasis sumber daya lokal sesuai dengan kondisi perusahaan. Dengan berbagai keterbatasan, angket ini akan diberikan kepada 30 responden, yaitu para pelaku UMKM berbasis sumber daya lokal di Kecamatan Pituruh, Kabupaten Purworejo.

3.4. Proses Pengumpulan Data

Angket yang disebarkan kepada responden merupakan alat pengumpul data yang sifatnya kualitatif, oleh karena itu data kualitatif tersebut dapat dianalisa dengan pendekatan kuantitatif, maka perlu dibuat skala. Skala dalam angket mengacu pada Skala Likert menggunakan model

staffel (Ibnu Subiyanto, 1999: 112) dengan alasan bahwa skala tersebut digunakan didalam analisis SWOT.

Skala dibuat dalam empat (4) gradasi (tingkatan), dengan skor 4 untuk penilaian yang paling baik dan skor 1 untuk penilaian yang paling rendah. Secara rinci skala itu dikategorikan sebagai berikut :

1. Berkaitan dengan penilaian kondisi UMKM :

Nilai 4 = Sangat baik

Nilai 3 = Baik

Nilai 2 = Tidak Baik

Nilai 1 = Sangat Tidak Baik

2. Berkaitan dengan bobot kepentingan :

Dalam penelitian ini akan disusun beberapa item untuk mengukur faktor internal dan faktor eksternal, oleh karena itu bobot kepentingan akan diberi skor dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Semakin penting faktor tersebut bagi perusahaan maka angkanya harus semakin tinggi, dan semakin tidak penting faktor tersebut maka angkanya harus semakin rendah.

3.5. Model Analisis Data

Dari data yang terkumpul akan dianalisis dengan alat analisis deskriptif dan kualitatif sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menjelaskan atau menerangkan tentang gambaran obyek yang diteliti. Analisis ini dipakai untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini tidak menggunakan pengujian – pengujian secara inferensial, tetapi lebih banyak berdasarkan skor dan tabel – tabel distribusi frekuensi.

2. Analisa SWOT

Analisa SWOT merupakan hasil interpretasi dari hasil analisa deskriptif, dan hasil dari kuesioner yang diolah untuk merancang strategi menghadapi persaingan yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan.

Tahapan – tahapannya adalah sebagai berikut (Freddy Rangkuti, 2014: 36) :

a. Tahap Pertama

Mengidentifikasi variabel – variabel internal dan eksternal yang sangat strategis mempengaruhi perusahaan.

b. Tahap kedua

Memberi bobot pada masing – masing faktor tersebut dengan nilai tambah mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor – faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.

c. Tahap Ketiga

Menghitung rating atau nilai untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang bersifat positif (kekuatan dan peluang yang semakin besar diberi rating 4). Pemberian nilai rating kelemahan dan ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai kelemahan dan faktor ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1.

Nilai atau rating dari faktor – faktor internal dan eksternal adalah :

Nilai 4 = Sangat baik

Nilai 3 = Baik

Nilai 2 = Tidak Baik

Nilai 1 = Sangat Tidak Baik

d. Tahap Keempat

Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi.

Tabel 3.1 FAKTOR INTERNAL

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan: Kelemahan:			
Total			

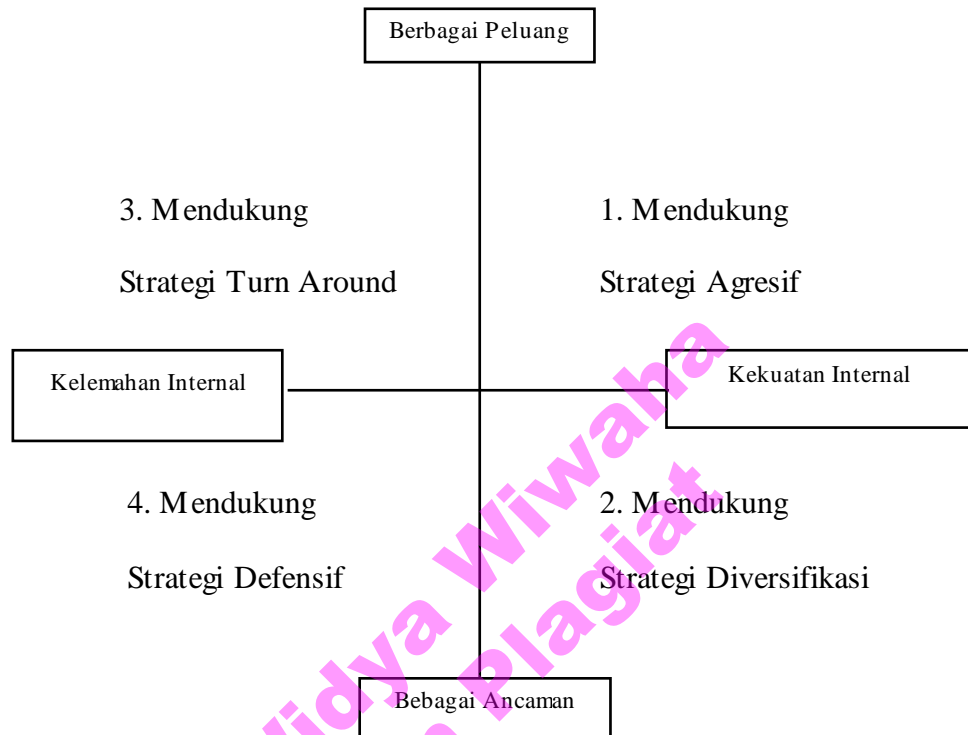
Tabel 3.2 FAKTOR EKSTERNAL

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang: Ancaman:			
Total			

e. Tahap Kelima

Langkah selanjutnya adalah dengan membuat diagram analisis SWOT dengan membuat nilai – nilai yang telah didapatkan, sehingga dapat diketahui posisi perusahaan. Berdasarkan analisis SWOT tersebut diatas maka perusahaan dapat diposisikan kedalam empat kuadran diagram analisis SWOT, sebagai berikut :

Gambar 3.1
Diagram Analisis SWOT



(Freddy Rangkuti, 2014: 20)

Kuadran 1 :

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif.

Kuadran 2 :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 :

Perusahaan mempunyai peluang pasar yang cukup besar, dilain pihak perusahaan menghadapi beberapa kendala internal. Fokus strategi ini adalah meminimalkan masalah – masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 :

Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. 2006. *Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ambar, Teguh Sulistiyani. 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ambar, Teguh Sulistiyani dan Rosidah. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Arikunto, S. 2000. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Freddy Rangkuti. 2014. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ibnu Subiyanto. 1999. *Metodologi Penelitian, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Penerbit Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya on Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. PT. Mizan Pustaka, Bandung
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Bandung.
- Kontan (Jakarta), 5 Oktober 2018.
- Pearce, John, dan Richard B. Robinson. 1999. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 135/PMK.05/2008 tentang Fasilitas Penjaminan Kredit Usaha Rakyat.
- Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Pembangunan Jangka menengah Nasional Tahun 2015-2019.
- Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 tentang Perijinan untuk Usaha Mikro dan Kecil. Ijin Usaha Mikro dan Kecil.

- Rudy Badrudin. 2015. *Ekonomika Otonomi Daerah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2010. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung : Refika Aditama.
- Sumaryadi. 2005. *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: CV Citra Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Undang-undang Nomor 1 Tahun 2016 tentang Penjaminan.
- Usman, Sunyoto. 2010. *Sosiologi: Sejarah, Teori dan Metodologi*. Yogyakarta; CIRED.
- Wahyudin, Dian. 2013. *Peluang atau Tantangan Indonesia Menuju ASEAN Economic Community 2015*. Lembaga Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Yasmine, A. 2015. *Strategi Pengembangan Pariwisata Studi Pada Pulau Pasaran*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

’ ’ ’