



**STRATEGI DINAS KOPERINDAG KABUPATEN TANAH DATAR DALAM
PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar*

Oleh :

SETRI REZA ARTA MEVIA
NIM.1730402073

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
1442 H /2021**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **SETRI REZA ARTA MEVIA, NIM: 1730402073** dengan judul “**STRATEGI DINAS KOPERINDAG KABUPATEN TANAH DATAR DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)**” memandang bahwa skripsi ini yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke Sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Batusangkar, 16 Juli 2021
Pembimbing



Gampito, SE., M.Si
NIP. 19670219 200501 1 005



Widi Nopiardo, MA
NIP.19861128 201503 1 007




Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar



Dr. H.Rizal, M.Ag., CRP
NIP.19731007 200212 1001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang ditulis oleh Setri Reza Arta Mevia, NIM.1730402073, dengan judul **Strategi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)**, telah diuji dalam ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari Sabtu, 07 Agustus 2021 dan dinyatakan telah diterima sebagai syarat memperoleh gelar Strata Satu (S-1) Sarjana Ekonomi (S. E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah. Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No.	Nama Penguji	Status Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Widi Nopiardo, MA</u> NIP. 19861128201503107	Ketua		19/8 - 2021
2	<u>Gampito, SE, M.Si</u> NIP. 196702192005011005	Anggota		19/8 - 2021
3	Khairulis Shobirin, SE, MM	Anggota		18/8 21

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar



Dr. M. Rizal, M.Ag, CRP
NIP. 19731007 200212 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Setri Reza Arta Mevia

Nim : 1730402073

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul : **“STRATEGI DINAS KOPERINDAG KABUPATEN TANAH DATAR DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)”** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 07 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Setri Reza Arta Mevia
NIM 1730402073

ABSTRAK

Setri Reza Arta Mevia NIM, 1730402073. Judul Skripsi : **”Strategi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)”**. Pogram Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar 2021.

Masalah dalam penelitian ini adalah masih banyak UMKM yang mengalami permasalahan dalam mengembangkan usahanya yaitu kurangnya pembinaan dan informasi yang dilakukan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dan untuk mengetahui bagaimana kendala pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian field research atau penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif sumber data dalam penelitian ini adalah Kabid Koperasi dan UMKM / PLT Sekretaris. Kepala Kasi Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM dan Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah melalui wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi–strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar untuk mengembangkan UMKM adalah strategi perkuatan dalam pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dengan melakukan promosi produk, strategi pemberdayaan dalam pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM. Program ini dilakukan dengan penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan dan strategi perkuatan dalam program kerja penciptaan iklim usaha yang kondusif dengan kegiatan fasilitasi pengembangan UMKM di Kabupaten Tanah Datar. Kendala dalam pengembangan sektor UMKM adalah rendahnya jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh SDM UMKM yang berdampak pada terhambatnya pelaksanaan strategi pengembangan UMKM dan peningkatan kemampuan sumberdaya manusia dan penumbuhan jiwa kewirausahaan dengan adanya pelatihan serta membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya dengan memberikan modal.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan UMKM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian.....	6
F. Definisi Operasional.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Landasan Teori	8
1. Fungsi Manajemen.....	8
2. Strategi	12
3. Manajemen Strategi	19
4. Perencanaan Strategi.....	25
5. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	26
6. Konsep Strategi Pengembangan dalam Perspektif Islam	39
B. Penelitian yang Relevan	41
BAB III METODE JENIS PENELITIAN.....	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Latar dan Waktu Penelitian	44
C. Instrumen Penelitian.....	45
D. Sumber Data	45
E. Teknis Pengumpulan Data.....	46
F. Teknis Analisis Data.....	47

G. Teknik Analisis Keabsahan Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	50
A. Gambaran Umum Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar	50
1. Sejarah Singkat Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar	50
2. Visi dan Misi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar	50
3. Struktur Organisasi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar	51
B. Hasil Penelitian.....	65
1. Strategi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan sektor UMKM.....	65
2. Kendala Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar Terhadap UMKM	73
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Berdasarkan Jenis Usaha Di Kabupaten Tanah Datar 3

Tabel 2. 1 Karakteristik UMKM.....	32
Tabel 2. 2 Kriteria UMKM berdasarkan Aset dan Omset	33
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 4. 1 Jumlah Tenaga Kerja di Dinas Koperindag Kabupaten Tanah.....	62
Tabel 4. 2 Jumlah UMKM Berdasarkan Jenis Usaha	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejarah mencatat bahwa UMKM memiliki fleksibilitas dan ketangguhan dalam menghadapi krisis ekonomi yang menghantam Indonesia secara perkepanjangan di tahun 1997. Dalam perjalanannya UMKM hampir tidak terganggu oleh krisis dimana hal ini justru bertolak belakang dengan sektor yang lebih besar yang justru tidak mampu bertahan di tengah kolapsnya ekonomi dunia waktu itu.

Tulus mengungkapkan bahwa kemampuan untuk bertahan dan terus sukses ditengah krisis membuat UMKM dianggap sebagai garda terdepan perekonomian rakyat Indonesia. Berdasarkan survey dan perhitungan BPS, UMKM telah mencetak kontribusi pada PDB hingga 6,5% pada tahun 2008 dan akhirnya meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam 5 tahun terakhir.

UMKM tidak hanya menjadi penopang perekonomian di Indonesia, tetapi juga ASEAN. Data menunjukkan bahwa sekitar 88.8% sampai 99.9% bentuk usaha ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51.7% sampai 97.2%. Perkembangan UMKM yang pesat tidak terlepas dari peran pemilik usaha yang mampu bertahan dan bersaing dalam perekonomian global. UMKM tidak dapat terlepas adanya faktor-faktor pendukung membuat UMKM dapat beroperasi, faktor tersebut antara lain, modal usaha, karakteristik extrepreneue, dan strategi pemasaran(Listyaningsih,2010:7).

Pada era globalisasi perdagangan dan sistem perdagangan bebas sekarang ini, peranan sektor swasta mengalami peningkatan diberbagai negara berkembang. Munculnya sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi bagian penting dan mempunyai peran signifikan dalam pengembangan ekonomi dan menciptakan lapangan pekerjaan. Istilah UMKM merujuk pada aktivitas usaha yang didirikan oleh masyarakat, baik badan usaha perorangan (listyaningsih,2020: 1)

Pada saat usaha berskala besar mengalami keterpurukan, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mampu bertahan dari krisis moneter tersebut. Hal ini disebabkan oleh, sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, maka tingkat pendapatan rata-rata masyarakat tidak banyak berpengaruh terhadap permintaan barang yang di hasilkan. Sebaliknya, kenaikan tingkat pendapatan juga tidak berpengaruh pada permintaan. Sebagian besar UMKM tidak mendapat modal dari Bank. Implikasinya keterpurukan sektor perbankan bermasalah, maka usaha skala besar ikut terganggu kegiatan usahanya. Sedangkan UMKM mampu bertahan. (Kristianti, 2015: 186).

Di Indonesia, UMKM merupakan pelaku ekonomi yang besar dan strategis, dimana berdasarkan Data Badan Pusat Statistik, jumlah UMKM indonesia tercatat 41,36 juta unit atau 99% dari total unit usaha di indonesia. Selain kuantitasnya yang besar, UMKM juga memiliki kemampuan besar dalam menyerap tenaga kerja sehingga turut berperan dalam mengatasi masalah pengangguran. Dengan kata lain tumbuhnya usaha mikro berarti tumbuh pula kesempatan kerja. Serapan tenaga kerja pada sektor UMKM meningkat dari 96,99% menjadi 97,22%. Hal ini membuktikan bahwa UMKM juga punya peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. (Fursiana, 2018: 1-2).

UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kukuhnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal pekerja lokal dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Dengan demikian kita tidak bisa menganggap remeh UMKM. Karena UMKM menjadi faktor utama bagi masyarakat karena mampu memberikan pendapatan dalam memenuhi kehidupan sehari-hari dan mampu berperan aktif dalam menjaga pertumbuhan ekonomi. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha paling banyak

menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Sebagian besar penduduk daerah Kabupaten Tanah itu memulai usahanya pada tahun 2007-2015 dengan persentase sebesar 53,98 persen dengan jumlah sebanyak 24.772 usaha dari total keseluruhan yaitu 45.891 usaha yang ada. Sedangkan persentase terendah terjadi pada tahun 2006 yaitu sebesar 4,42 persen dengan jumlah usaha sebanyak 2.029 usaha.

Artinya setiap tahun usaha di Tanah Datar bertambah sehingga terciptalah lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran yang ada. Dapat kita lihat semakin bertambahnya usaha maka semakin bertambah jumlah tenaga kerja terbukti pada tahun 2005-2015 persentase tenaga kerja yaitu sebesar 47.39 persen dengan jumlah 39.654 tenaga kerja dari total keseluruhannya yaitu 83.683 tenaga kerja yang ada. (*sumber dari : Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar*).

Dilihat pada tabel berikut ini jenis usaha di Kabupaten Tanah pada tahun 2018, 2019 dan 2020 yaitu :

Tabel 1. 1
Jumlah UMKM Berdasarkan Jenis Usaha
Di Kabupaten Tanah Datar

Jenis Usaha	TAHUN 2018	TAHUN 2019	TAHUN 2020
Usaha Mikro	26.225 Unit	26.406 Unit	26.551 Unit
Usaha Kecil	2.027 Unit	2.033 Unit	2.033 Unit
Usaha Menengah	227 Unit	227 Unit	277 Unit

(Sumber : Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah UMKM berdasarkan jenis usaha di Kabupaten Tanah Datar mengalami kenaikan dan mencapai angka yang besar. Pada jenis usaha mikro terdapat 26.225 unit pada tahun 2018 sedangkan pada tahun 2019 terdapat 26.406 unit. Terdapat 181 unit kenaikan pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 terdapat 26.551 unit kenaikan dari tahun 2019 ke tahun 2020 terdapat 145 unit. Pada jenis usaha kecil di tahun 2018 terdapat terdapat 2.027 unit sedangkan ditahun 2019 terdapat 2.033 unit. Disini juga mengalami kenaikan sebanyak 6 unit dari tahun 2018 ke tahun 2019 pada tahun 2020 terdapat 2.033 unit dan

mengalami persamaan dengan tahun 2019. Sedangkan pada jenis usaha menengah dari tahun 2018 ke tahun 2019 dan 2020 yaitu mengalami persamaan yaitu 227 unit tanpa mengalami keturunan atau pun kenaikan.(Helen, Wawancara, 15 Desember 2020).

Sektor UMKM di Kabupaten Tanah Datar merupakan sektor terbesar dalam roda perekonomian tindakan pemerintah dalam mengatasi angka pengangguran di Kabupaten Tanah Datar yaitu dengan membuka lapangan pekerjaan baru dan bekerja sama dengan pihak ketiga, pemerintah harus membuka lapangan pekerjaan disektor informal seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).(Helen, Wawancara,15 Desember 2020)

Secara umum pada UMKM permasalahan yang terjadi dalam mengembangkan usahanya adalah kurangnya pembinaan, informasi, aksesibilitas yang dilakukan pemerintah setempat atau terkadang dalam memperoleh modal dari Bank mereka mengalami kesulitan, penyebabnya adalah tingkat suku bunga kredit yang tinggi dan diperlukannya jaminan kebendaan (*collateral minded*) dalam memperoleh kredit yang sulit mereka penuhi. (Kara, 2013: 272). Selain itu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah teknik produksi, pemasaran, dan teknologi, begitu pula dengan UMKM di Kabupaten Tanah Datar. (Silvia Mega Sari, wawancara umkm, 15 Desember 2020).

Salah satu permasalahan serius bagi pertumbuhan output atau keberlangsungan produksi bagi UMKM di Kabupaten Tanah Datar, banyak sentra-sentra kecil dan menengah mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku. Selain itu kesulitan dalam pemasaran salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi UMKM adalah tekanan-tekanan persaingan. Teknologi juga menjadi salah satu permasalahan di negara-negara maju. UMKM di Tanah Datar umumnya masih menggunakan mesin atau alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya jumlah produksi dan efisiensi di dalam proses produksi. Keterbatasan teknologi disebabkan oleh banyak faktor seperti keterbatasan modal investasi untuk

membeli mesin, keterbatasan sumber daya manusia yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru. (Helen Diana Mora, Silvia Mega Sari, wawancara umkm, 15 Desember 2020).

Dinas Koperindag merupakan salah satu lembaga atau instansi pemerintah yang berada di setiap Daerah Indonesia, salah satunya adalah Dinas Koperindag di Kabupaten Tanah Datar. Dimana tugas Dinas Koperindag ini memiliki tugas untuk melakukan kegiatan sebagian urusan pemerintahan yaitu bidang Koperasi dan UMKM, Perdagangan, dan Perindustrian. Pada dasarnya, Dinas Koperindag sudah membuat beberapa program kerja dalam mengembangkan UMKM, misalnya dalam bidang permodalan, perizinan dan program lainnya. Namun realita menunjukkan bahwa program-program dari Dinas Koperindag di Kabupaten Tanah Datar kurang berfungsi secara efektif dalam mengatasi banyaknya permasalahan UMKM dalam pengembangan usahanya yang masih terjadi seperti yang sudah dijelaskan di atas. (Helen Diana Mora, Silvia Mega Sari, wawancara umkm, 15 Desember 2020).

Dari hal di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih dalam untuk penelitian ilmiah tentang masalah tersebut dengan judul **“Strategi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah Strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar. Dan Kendala pengembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar terhadap UMKM.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah ?
2. Bagaimana kendala pengembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar terhadap UMKM?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar.
2. Untuk mengetahui bagaimana kendala pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) oleh Dinas Koperindag di Kabupaten Tanah Datar.

E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat secara teoritis
 - a. Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman tentang strategi pengembangan UMKM dan teori-teori yang berkaitan.
 - b. Hasil penelitian dapat dijadikan salah satu referensi studi yang bermanfaat bagi mahasiswa/i IAIN Batusangkar, terutama bagi jurusan Ekonomi Syariah.
 - c. Sebagai salah satu acuan bagi penulisan karya ilmiah.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi peneliti, sebagai sarat untuk menambah ilmu pengetahuan dan pengembangan teori yang pernah didapatkan serta untuk melengkapi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar.
 - b. Bagi pelaku UMKM, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi setiap pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha untuk menambah omzet yang mereka dapatkan.

3. Luaran Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat diterbitkan pada jurnal ilmiah skala nasional maupun internasional.

F. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalah pahaman pembaca dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian ini, maka peneliti memandang perlu untuk mengemukakan secara tegas dan terperinci maksud judul “Strategi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)”.

Strategi yaitu menurut Steiner dan Miner menyatakan bahwa strategi adalah respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan atau kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi. Pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan merupakan sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang, suatu strategi mempunyai skema untuk mencapai sasaran yang dituju.(Watrianthos, Sutrisno, & DKK, 2020: 125).

Srtategi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar merupakan alat untuk mencapai tujuan dan merupakan sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang, agar terwujudnya usaha ekonomi masyarakat yang berdaya saing tinggi disektor usaha kecil dan menengah, perindustrian dan perdagangan

Pengembangan UMKM adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/ jabatan melalui pendidikan dan latihan. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, dan merupakan upaya pengembangan usaha tertentu untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi.(Wijoyo, Vensuri, & DKK 2020: 137).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Fungsi Manajemen

Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, dan pengawasan anggota-anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Fungsi manajemen mencakup : perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, dan pengawasan.(Pratama. 2020: 7-8).

Manajemen merupakan suatu kegiatan yang didalamnya mengandung usaha *planning, organizing, staffing, coordinating*, dan *controlling* pekerjaan orang lain untuk membantu mencapai suatu atau lebih tujuan. Manajemen bisa didefinisikan sebagai fungsi manajer, yaitu:perencanaan,pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Jadi dapat dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses. Proses merupakan suatu cara sistematis yang sudah ditetapkan untuk melakukan kegiatan, dengan merujuk ke definisi diatas, maka manajemen berarti suatu proses yang menekankan keterlibatan dan aktivitas yang saling terkait untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.(Sri Sedjati, 2019: 1).

Untuk mencapai tujuan manajemen harus dilaksanakan dengan efektif, bekerja dengan benar dan efisien serta mampu memaksimalkan fungsi dari manajemen. Fungsi-fungsi manajemen yaitu :

a. Perencanaan

1) Pemilihan atau penetapan tujuan organisasi.

- 2) Penentuan strategi, kebijakan proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai standar.

Dari definisi tersebut dapat diambil pengertian bahwa perencanaan merupakan proses dasar di mana manajemen memutuskan tujuan dan cara mencapainya. Sebelum manajer dapat mengorganisasi, mengarahkan, atau mengawasi, mereka harus membuat rencana-rencana yang memberikan tujuan dan arah organisasi.

Kebutuhan akan perencanaan ada di semua tingkatan dan pada kenyataannya meningkat di mana tingkatan tersebut mempunyai dampak potensial terbesar terhadap sukses organisasi atau tingkatan manajemen atas. Manajer puncak biasanya mencurahkan sebagian besar waktu perencanaan mereka untuk rencana-rencana jangka panjang dan strategi-strategi organisasi. Manajer pada tingkatan bawah merencanakan terutama bagi kelompok kerjanya dan untuk jangka pendek.

b. Pengorganisasian

- 1) Penentuan sumber daya dan kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.
- 2) Perancangan dan pengembangan organisasi atau kelompok kerja untuk mencapai tujuan.
- 3) Penugasan tanggung jawab.
- 4) Dan pendelegasian wewenang kepada individu.

c. Penyusunan personalia.

Penarikan, pelatihan, pengembangan, penempatan, dan pemberian orientasi pada karyawan dalam lingkungan kerja yang menguntungkan dan produktif.

d. Pengarahan

Mendapatkan atau membuat para karyawan melakukan apa yang diinginkan dan harus mereka lakukan. Fungsi ini meminta para karyawan untuk bergerak menuju tercapainya tujuan organisasi.

e. Pengawasan

Penemuan dan penerapan cara dan peralatan untuk menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai dengan yang telah diterapkan. Pengawasan positif berupaya mengetahui apakah tujuan organisasi dicapai dengan efektif dan efisien atau tidak. Pengawasan negatif berupaya menjamin kegiatan yang tidak diinginkan tidak terjadi.

Sedangkan menurut Fayol tentang fungsi manajemen yaitu merancang, mengorganisir, memerintah, mengkoordinasi, dan mengendalikan, namun telah diringkas menjadi tiga fungsi :

- a) Perencanaan (planning) adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Manajer mengevaluasi berbagai rencana alternatif sebelum mengambil tindakan dan kemudian melihat apakah rencana yang dipilih cocok dan dapat digunakan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan fungsi-fungsi lainnya tak dapat berjalan.
- b) Pengorganisasian (organizing) dilakukan dengan tujuan membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih cepat. Pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan tugas yang telah dibagi-bagi tersebut. Pengorganisasian dapat dilakukan dengan cara menentukan tugas apa saja yang harus dikerjakan, siapa yang harus

mengerjakan, bagaimana tugas-tugas itu dikelompokkan, siapa yang bertanggung jawab atas tugas tersebut, dan pada tingkat mana keputusan harus diambil.

- c) Pengarahan (directing) adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha. (Pratama, 2020: 10-11).

Dalam pandangan ajaran islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan asal-asalan. Arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap dan cara-cara mendapatkannya transparan merupakan amal perbuatan yang dicintai Allah SWT. Sebenarnya, manajemen dalam arti mengatur sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat, dan tuntas merupakan hal yang di isyaratkan dalam ajaran Islam.

Demikian pula ketika kita melakukan sesuatu dengan benar, baik, terencana dan terorganisasi dengan rapi, maka kita akan terhindar dari keragu-raguan dalam memutuskan sesuatu atau dalam mengerjakan sesuatu. Kita tidak boleh melakukan sesuatu yang dilandaskan dengan keragu-raguan. Sesuatu yang didasarkan oleh keragu-raguan biasanya akan melahirkan hasil yang tidak optimal dan akhirnya tidak akan bermanfaat.

Proses-proses manajemen pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Perbuatan yang tidak ada manfaatnya adalah sama dengan perbuatan yang tidak pernah direncanakan. Jika perbuatan itu tidak pernah direncanakan, maka tidak termasuk manajemen yang baik. (Yunus, 2016: 2-4).

2. Strategi

Secara umum istilah strategi mempunyai pengertian sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Istilah strategi (*strategy*) berasal dari kata benda dan kata kerja dalam bahasa Yunani. Sebagai kata benda, *strategos*, merupakan gabungan kata *stratos* (militer) dengan *ago* (memimpin). Sebagai kata kerja, *stratego* yang berarti merencanakan (to plan). (Saeful Rahmat, 2019: 2).

Menurut beberapa ahli pengertian strategi yaitu :

Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

Menurut Porter, strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

Menurut Stephanie K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.

Menurut Kenneth R. Andrews, strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang sesuai kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Pada dasarnya perusahaan menetapkan strategi melalui penyelaraan kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada di industri.

Hamel dan Prahalad (1995) mengemukakan bahwa : Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core*

competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Menurut Carl Von Clausewits (Carl Philipp Gottfried (1780-1831) Strategi merupakan penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan (“the use of engagement for the object of war”).

Menurut Craig & Grant (1996), Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (targeting and long-term goals) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (achieve the goals and objectives).

Menurut Johnson and Scholes, strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.

Menurut David (2004), strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture.

Menurut Glueck dan Jauch (1989), 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.

Menurut Hamel dan Prahalad, 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.

Menurut Kenichi Ohmae, strategi adalah keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing melalui cara yang paling efisien. (Pranadita, 2018: 42).

Pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan merupakan sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang. Suatu strategi mempunyai skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Suyanto menyatakan kata strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang diartikan sebagai *the art of the general* atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Pernyataan ini menjelaskan strategi merupakan cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan yang diharapkan.

Pengertian strategi menurut para ahli, sebagai berikut :

Steiner dan Miner. Menyatakan strategi adalah respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.

Marrus. Menyatakan strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.

Dirgantoro. Menyatakan bahwa strategi adalah suatu hal yang berhubungan dengan penetapan arah bagi perusahaan dalam arti sumber daya yang ada dalam perusahaan serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan yang terbaik untuk membantu memenangkan persaingan pasar.

David. Menyatakan strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Sofjan. Menyatakan strategi adalah penetapan keputusan yang harus diambil dalam menghadapi para pesaing di dalam lingkungan kehidupan yang saling memiliki ketergantungan dan penentuan tujuan serta sasaran suatu organisasi yang mendasar dan bersifat untuk jangka panjang.

Berdasarkan pengertian para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa. Strategi adalah sebagai suatu rencana yang disusun oleh pemimpin puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan menggunakan alat

dan segala unsur yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi untuk memenangkan persaingan dan mencapai tujuan jangka panjang suatu organisasi atau perusahaan.(Watrianthos, Sutrisno, & DKK, 2020: 125-126).

Untuk memahami makna strategi, paling tidak menurut Arnold Hax dapat dipahami dalam enam konsep utama sebagai berikut :

- a. Strategi dipahami dalam satu rangkaian, satu kesatuan, dan pola-pola pengambilan keputusan yang terintegrasi.
- b. Strategi sebagai alat dalam menentukan tujuan perusahaan, dalam pengertian tujuan jangka panjang.
- c. Strategi sebagai penentu domain daya saing perusahaan yang biasanya menunjuk pada upaya untuk menjawab pertanyaan apa bisnis kita saat ini, dan apa bisnis yang seharusnya kita geluti.
- d. Strategi sebagai suatu bentuk respon terhadap peluang dan tantangan dari luar perusahaan, respon terhadap kekuatan dan kelemahan dari dalam perusahaan untuk mencapai daya saing.
- e. Strategi sebagai sistem yang logis untuk membedakan tugas-tugas manajerial pada tingkatan perusahaan, bisnis, dan pada tingkatan fungsional. Strategi sebagai penentuan kontribusi yang bersifat ekonomi dan non ekonomi dari perusahaan kepada stakeholdernya.

Kesimpulannya adalah bahwa strategi adalah tindakan yang diambil oleh perusahaan atau organisasi secara terus menerus guna mencapai tujuan perusahaan atau organisasi dan senantiasa memfasilitasi perubahan yang dibutuhkan perusahaan atau organisasi guna untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi.

Strategi merupakan seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang akan dicapai sehingga akan memberikan keunggulan yang kompetitif. Rencana tersebut meliputi tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan suatu organisasi atau perusahaan dalam mempertahankan

eksistensi perusahaan untuk menenangkan persaingan. Strategi haruslah didesain untuk dapat unggul dalam bersaing sehingga perusahaan dapat mendominasi pasar.

Fungsi dari strategi adalah agar rencana yang telah disusun dengan baik dapat diimplementasikan secara efektif. Griffin. Menyatakan strategi yang efektif adalah strategi yang dapat mendorong terciptanya keselarasan antara perusahaan atau organisasi dengan lingkungan dan pencapaian tujuan strateginya. Sedangkan menurut Hutabarat Huseini. Menyatakan proses yang ada di dalam perusahaan sangat memengaruhi bagaimana strategi dapat diimplementasikan. Berbagai keputusan yang dihasilkan akan baik, jika proses pembuatannya baik dan proses yang akan menghasilkan strategi yang baik.

Chan dan Sam. Menyatakan ada tiga ciri-ciri strategi yang baik, yaitu :

- a. Fokus, yaitu setiap strategi yang baik memiliki fokus dan profil perusahaan harus menunjukkan ke arah fokus tersebut.
- b. Divergenti/ bergerak menjauh, yaitu perusahaan harus dapat mengikuti irama kompetisi dengan menerapkan empat langkah yaitu menghilangkan, mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan.
- c. Motto yang memikat, yaitu strategi yang baik harus membuat motto yang memikat konsumen.

Sofjan. Menyebutkan bahwa terdapat enam fungsi strategi yang harus dilakukan secara simultan yaitu, :

- 1) Mengkomunikasikan visi yang ingin dicapai kepada orang lain.
- 2) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungan.
- 3) Memanfaatkan dan mengeksplorasi keberhasilan dan kesuksesan yang di dapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- 4) Menghasilkan dan membagikan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.

- 5) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.
- 6) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. (Watrianthos, Sutrisno, & DKK, 2020: 126-127).

Selanjutnya Koteen yang dikutip oleh J. Salusu menjelaskan tentang tipe-tipe strategi yang diklasifikasikan menjadi 4 tipe, yaitu :

- 1) *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi). Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif-inisiatif strategik yang baru.
- 2) *Program Strategy* (Strategi program). Strategi ini lebih memberikan perhatian pada implikasi-implikasi strategik dari suatu program baru.
- 3) *Resource Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya). Strategi ini memusatkan pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi.
- 4) *Institutional Strategy* (Strategi Kelembagaan). Fokus dari strategi ini adalah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategik.

Strategi yang disusun para eksekutif hendaknya menjamin dapat berhasil dengan meyakinkan, tidak hanya dipercaya orang lain tetapi juga harus dapat dilaksanakan. Hatten dan Hatten dalam Salusu memberikan beberapa petunjuk bagaimana suatu strategi dibuat sehingga ia dapat sukses, yaitu :

Strategi haruslah konsisten dengan lingkungan, jangan melawan arus yang berkembang dalam masyarakat sehingga ada peluang. Setiap organisasi tidak hanya memuat satu strategi. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya.

Sumber daya adalah sesuatu yang kritis, sehingga strategi adalah merupakan sesuatu yang layak dan dapat dilaksanakan. Strategi hendaknya

memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. Strategi hendaknya disusun di atas landasan keberhasilan yang telah dicapai. Tanda-tanda dari suksesnya strategi ditempatkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait, dan terutama dari para eksekutif dari semua pimpinan unit kerja dalam kerja organisasi.

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis yaitu :

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

Strategi ini 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 atau strategi divestasi, dan sebagainya. (Watrianthos, Sutrisno, & DKK, 2020: 128-129).

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya, strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Pada prinsipnya dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe yaitu :

1) Strategi Manajemen

Meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, dan strategi mengenai keuangan, dll.

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 atau strategi divestasi, dan sebagainya.

3) Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini seing juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produk atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Jadi, pada intinya strategi ini mencangkup semua rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mewujudkan visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan. (Ahmad, 2020: 81).

3. Manajemen Strategi

a. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan.

Manajemen strategi yang dimaksud dalam buku ini adalah merupakan gabungan dua kata yang memiliki arti tersendiri yang baik bagi perusahaan yaitu manajemen dan strategi, yang masing-masing memiliki makna tersendiri yang setelah dirangkai menjadi satu terminologi berubah dengan memiliki pengertian tersendiri pula. Banyak manajemen strategi yang di ungkapkan oleh para ahli, namun pada prinsipnya sama yaitu menggabungkan berfikir strategi dengan

fungsi-fungsi manajemen yakni perencanaan, penerapan dan pengawasan. Berikut beberapa pengertian manajemen strategi yaitu :

Menurut Wahyudi Manajemen Strategi adalah suatu proses yang digunakan oleh para manajer dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam penyediaan customer terbaik untuk mewujudkan visi organisasi.

Menurut Simongkir. Manajemen Strategi adalah suatu seni dan ilmu dalam pembuatan (formulating) penerapan (implementing) dan evaluasi (evaluating) keputusan-keputusan strategis antara fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang.

Sementara Lukito menjelaskan bahwa manajemen strategi adalah manajemen yang menggunakan strategi untuk membuat organisasi menjadi unggul sehingga menang dalam berkompetisi. Sudah tentu manajemen strategi ini tidak hanya terbatas pada pembentukan strategi saja, tapi juga konsep melaksanakan strategi itu agar bisa menjadi kenyataan. Dengan demikian manajemen strategi mirip sekali dengan perencanaan strategi.

Menurut Suwarsono Muhammad yang dikutip Purwanto. Manajemen Strategi dapat diartikan sebagai usaha manajerial menumbuh-kembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul, guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan dengan misi yang telah ditentukan.

Menurut Mintzberg. Manajemen Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut. (Ahmad,2020: 1-2)

dari beberapa defenisi tentang manajemen strategi tersebut, hal yang penting dapat disimpulkan yaitu :

penetapan strategi yang meliputi pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari

luar serta kekuatan dan kelemahan perusahaan atau organisasi, pengembangan alternatif-alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk adopsi. Dan penetapan strategi meliputi penentuan sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan perusahaan atau organisasi, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber-sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan.

Pengertian manajemen strategi menurut beberapa ahli yaitu :

- 1) Menurut Wheelen, manajemen strategis adalah serangkaian keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan manajerial yang mengarah kepada penyusunan strategi-strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan analisis S.W.O.T.
- 2) Menurut Pearce II dan Robinson, manajemen strategi adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.
- 3) Menurut Roudledge Schuler.RS, manajemen strategi adalah titik temu yang dirumuskan suatu organisasi antara sumberdaya dan keahlian internalnya dan kesempatan serta resiko yang terbentuk melalui lingkungan eksternalnya.
- 4) Menurut David, manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuan.

Dari pengertian-pengertian yang cukup luas tersebut menunjukkan bahwa manajemen strategi merupakan suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, dan disertai dengan penetapan cara aplikasinya yang dibuat oleh pemimpin dan juga dilaksanakan oleh seluruh pihak-pihak yang terlibat di dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.(Yunus, 2016: 5-6).

a. Tujuan Manajemen Strategi

- 1) Meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis yang ada.
- 2) Selalu memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan dan menjawab lingkungan eksternal yang selalu berubah, akan berubah dan terus akan berubah.
- 3) Melakukan inovasi atas produk agar selalu sesuai dengan selera konsumen dan mengusahakan selalu ada product development.
- 4) Melaksanakan dan mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien.
- 5) Mengevaluasi kinerja, meninjau dan mengkaji ulang situasi serta melakukan berbagai penyesuaian dan koreksi jika terdapat penyimpangan di dalam pelaksanaan strategi. (Juwono, 2011: 4).

b. Manfaat Manajemen Strategi

Dengan menggunakan manajemen strategi sebagai suatu kerangka kerja untuk menyelesaikan setiap masalah strategi di dalam organisasi terutama berkaitan dengan persaingan, maka peran manajer diajak untuk berfikir lebih kreatif atau berfikir secara strategis.

Pemecahan masalah dengan menghasilkan dan mempertimbangkan lebih banyak alternatif yang dibangun dari suatu analisis yang lebih teliti akan lebih menjanjikan suatu hasil yang menuntungkan. Ada beberapa manfaat yaitu :

- 1) Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.
- 2) Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
- 3) Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko.
- 4) Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif.

- 5) Aktivitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah yang akan datang.
- 6) Keterlibatan anggota organisasi dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.
- 7) Aktivitas yang tumpang tindih akan dikurang.(Ritonga, 2020: 12).

Manajemen strategi sendiri berkembang melalui empat tahapan yang berurutan menurut Gluk, Kaufman dan Walleck. Dimulai dari perencanaan keuangan mendasar, kemudian berkembang ke perencanaan berbasis peralaman, berkembang lagi ke perencanaan strategi, baru kemudian bertransformasi ke manajemen strategi.

Secara umum ada tiga manfaat penerapan manajemen strategi yaitu:

- 1) Visi strategi yang lebih jelas.
- 2) Fokus yang lebih tajam atas faktor yang penting secara strategis.
- 3) Meningkatkan pemahaman mengenai perubahan lingkungan yang sangat cepat.

Sementara Taufiqrohman mengatakan ada beberapa manfaat manajemen strategi bagi organisasi yaitu : Arah jangka panjang yang jelas. Organisasi dapat beradaptasi terhadap perubahan lingkungan yang cepat. Organisasi menjadi lebih efektif. Mencegah munculnya masalah di masa datang.(Novianto, 2019: 17).

Manfaat manajemen strategi yaitu :

- 1) Dapat menyelesaikan masalah yang di hadapi perusahaan lebih cepat dan lebih tepat.
- 2) Menjadi lebih peka dalam menjawab ancaman yang datang dari luar perusahaan.

- 3) Membuat keputusan terbaik dikarenakan interaksi kelompok mengumpulkan berbagai strategi yang lebih besar.
- 4) Kerjasama dalam tim karyawan di dalam perumusan strategi akan dapat memperbaiki pengertian mereka atas penghargaan produktivitas di dalam setiap perencanaan strategi dan dengan demikian dapat mempertinggi motivasi kerja mereka.

Dalam bukunya berjudul *Strategic Manajemen*, John A Pearce II dan Richard B Robinson, Jr diterjemahkan oleh Agus Maulana dalam buku manajemen strategik,

- 1) Kegiatan perumusan (formulasi) strategi memperkuat kemampuan perusahaan mencegah masalah. Manajer yang mendorong bawahannya untuk menaruh perhatian pada perencanaan dibantu dalam melaksanakan tanggung jawab pemantauan dan peramalan oleh bawahan yang menyadari perlunya perencanaan strategik.
- 2) Keputusan strategik yang didasarkan pada kelompok mungkin sekali dihasilkan dari alternatif terbaik yang ada. Proses manajemen strategic menghasilkan keputusan yang lebih baik karena interaksi kelompok menghasilkan strategi yang lebih beragam dan arena peramalan yang didasarkan pada bermacam-macam spesialisasi anggota kelompok meningkatkan kemampuan menyaring pilihan.
- 3) Keterlibatan karyawan dalam strategi meningkatkan pemahaman mereka akan adanya hubungan produktivitas-imbalance di setiap rencana strategik dan dengan demikian mempertinggi motivasi mereka.
- 4) Senjang dan tumpang tindih kegiatan di antara individu dan kelompok berkurang karena partisipasi dalam perumusan strategi memperjelas adanya perbedaan peran masing-masing.
- 5) Penolakan dalam perubahan berkurang. Meskipun para peserta dalam perumusan strategi mungkin tidak lebih senang dengan

keputusan mereka sendiri ketimbang jika keputusan diambil secara otoriter, kesadaran mereka yang lebih besar akan parameter-parameter yang membatasi pilihan membuat mereka lebih mau menerima keputusan ini. (Juwono, 2011: 4-5).

4. Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi terdiri dari kata perencanaan dan strategi. Perencanaan merupakan bagian dari pertama dari siklus manajemen POAC yang merupakan kepanjangan dari, *planning* (perencanaan), *organising* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan). Proses manajemen yang baik akan selalu diawali dengan kegiatan perencanaan. Karena itulah proses perencanaan merupakan awal dan kunci pembuka dari proses manajemen.

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan perencanaan sebagai rancangan berupa rangka dari sesuatu yang akan dikerjakan atau dalam kata lain suatu proses menentukan apa yang akan dicapai di masa yang akan datang serta menetapkan tahapan-tahapan yang dibutuhkan untuk mencapainya.

Dari pengertian di atas maka dapat didefinisikan bahwa perencanaan menjadi sebuah kegiatan yang di dalamnya terdapat proses untuk menentukan tujuan apa yang ingin dicapai dan apa yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Di dalam kata perencanaan strategis terdapat kata perencanaan dan strategis. Stephen P Robbins dan Mary Coulter. Mendefinisikan strategis sebagai tujuan dan sasaran yang menguntungkan yang bersifat jangka panjang.

Harold Kerzner seorang profesor pada Balwin Wallace University dalam bukunya *strategic planning for project management*. Mendefinisikan perencanaan strategis sebagai alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi saat ini untuk melakukan proyeksi kondisi masa depan. Ini sudah tentu perencanaan strategis melibatkan proses memutuskan program apa yang akan dilaksanakan oleh perusahaan

dan perkiraan jumlah sumber daya yang akan dialokasikan ke setiap program selama beberapa tahun depan.

Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa perencanaan strategi adalah proses perencanaan menyeluruh yang akan dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan masa depan dengan melakukan analisa, membuat strategi dan menetapkan program serta mengalokasikan sumber daya yang ada. (D. Siswoyo & Sistarani, 2020: 46-48).

5. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau yang disebut dengan sebagai UMKM adalah suatu bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang biasanya bergerak dalam ruang lingkup kegiatan perdagangan yang memiliki ciri atau karakteristik berbeda-beda.

pengertian UMKM menurut kriterianya yaitu :

1) Usaha Mikro

Usaha Mikro dapat diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang memiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro.

2) Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan memiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah.

3) Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan

bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. (Cahaya Lestari & Muarifah Amri, 2020: 40-41).

Selain itu, pengertian UMKM jika dilihat dari kriteria jumlah pekerja yang dimiliki, di Indonesia menurut Biro Pusat Statistik (BPS) mempunyai kriteria Usaha Mikro jika karyawannya kurang dari 5 karyawan; Usaha Kecil jika karyawannya 519 orang dan digolongkan Usaha Menengah jika memiliki karyawan yang berjumlah antara 2099 orang. Meskipun terdapat banyak definisi mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, namun secara umum UMKM dilihat dari ciri-cirinya pada dasarnya bisa dianggap sama, yaitu sebagai berikut

- 1) Struktur organisasi yang sangat sederhana.
- 2) Tanpa staf yang berlebihan.
- 3) Pembagian kerja yang kendur.
- 4) Memiliki hirarki manajerial yang pendek.
- 5) Aktifitas sedikit yang formal, dan sedikit menggunakan proses perencanaan.
- 6) Kurang membedakan asset pribadi dari asset perusahaan.

Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 dijelaskan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki asas :

- 1) Kekeluargaan
- 2) Demokrasi ekonomi
- 3) Kebersamaan
- 4) Efisiensi berkeadilan
- 5) Berkelanjutan
- 6) Berwawasan lingkungan
- 7) Kemandirian
- 8) Keseimbangan kemajuan, dan
- 9) Kesatuan ekonomi nasional.

Dari asas tersebut dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertujuan menumbuhkan dan

mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Pengertian usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia mempunyai definisi yang berbeda-beda yang mengacu pada kriteria lembaga atau instansi maupun perundang-undangan.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan penggunaan jumlah tenaga kerja pada setiap unit usaha yaitu : Usaha kecil merupakan unit usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja lima sampai dengan 19 orang. Dan Usaha menengah merupakan unit usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang. (Kementrian, Keuangan, 2012: 4).

UMKM merupakan menumbuh-kembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Ini mengandung makna bahwa UMKM merupakan alat perjuangan nasional untuk menumbuh-kembangkan dan membangun perekonomian nasional dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku ekonomi berdasarkan potensi yang dimiliki atas dasar keadilan bagi semua pemangku kepentingan.

UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kukuhnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal pekerja lokal dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Dengan demikian kita tidak bisa menganggap remeh UMKM. Karena UMKM menjadi faktor utama bagi masyarakat karena mampu memberikan pendapatan dalam memenuhi kehidupan sehari-hari dan mampu berperan aktif dalam menjaga pertumbuhan ekonomi. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM menjadi pelaku bisnis yang bergerak dalam berbagai bidang usaha yang menyentuh kepentingan

masyarakat. Secara ekonomi pelaku UMKM memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa dalam arti memberikan kontribusi bagi penciptaan lapangan kerja dan produk domestik bruto (PDB). (Listyaningsih,2020: 3-4).

Pengertian UMKM menurut para ahli, ahli yang menjelaskan tentang UMKM antara lain:

Menurut Rudjito UMKM Merupakan usaha kecil yang membantu perekonomian indonesia. Dikatakan membantu perekonomian indonesia disebabkan karena dengan melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru serta juga meningkatkan devisa negara dengan melalui pajak badan usaha.

Menurut Inna Primiana UMKM Merupakan suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan indonesia ialah seperti : Industri manufaktur, agribisnis, agraris, dan juga sumber daya manusia.

Selain itu, Ina Primiana juga mengatakan bahwa UMKM dapat diartikan sebagai pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi. Sedangkan usaha kecil merupakan peningkatan berbagai upaya pemberdayaan masyarakat. (Ibeng, 2020).

UMKM merupakan kelompok usaha yang perannya sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, dengan jumlah pelaku usaha mikro yang diperkirakan sebagian besar bergerak di bidang informal, disamping itu keberadaan UMKM itu sendiri merupakan salah satu upaya alternatif untuk menanggulangi kesmiskminan, pemberdayaan UMKM telah terbukti memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis ekonomi yang pernah dialami oleh bangsa indonesia.(Listyaningsing,2020: 7).

Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis

di ubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengertian UMKM sebagai berikut :

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.300.000.000. contohnya yaitu warung nasi, tukang cukur, tambal ban, warung kelontong dan peternak ayam.
- 2) Usaha Kecil menurut UU No.9 tahun 1995 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang.
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000(lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp.2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
contoh usahanya yaitu industri logam, industri rumahan, koperasi, mini market dan toserba.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang

memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang.

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah).
- b) Dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih Rp.2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp.50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

contoh usahanya yaitu usaha perkebunan, peternakan, pertanian, usaha ekspedisi muatan kapal laut, serta juga jasa transportasi seperti bus.(Listyaningsih,2020:10-12).

b. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktivitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. UMKM sendiri memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dari yang lain, yaitu :

- 1) Bahan baku mudah diperoleh.
- 2) Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan.
- 3) Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-menurun.
- 4) Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.
- 5) Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor.
- 6) Beberapa komoditi tertentu memiliki ciri khas terkait dengan karya seni budaya daerah setempat.
- 7) Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat secara ekonomis menguntungkan

Selain itu karakteristik berikut di bawah ini menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya yaitu :

Tabel 2. 1
Karakteristik UMKM

Ukuran usaha	Karakteristik
Usaha mikro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti. 2. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat 3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun. 4. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha. 5. Umumnya Sumber Daya Manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai. 6. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah. 7. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank. 8. Umumnya tidak memiliki surat izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. 9. Contoh : usaha tani. Peternak. Industri pandai besi. Warung makan. Usaha-usaha jasa (perbengkelan, salon kecantikan) usaha perdagangan kaki lima serta pedagang dipasar. 10. Usaha mikro mempunyai karakter positif yang tidak selalu dimiliki oleh usaha kecil dan menengah, antara lain : <ol style="list-style-type: none"> a. Perputaran usaha (turn over) cukup tinggi, kemampuan menyerap dana yang mahal dan dalam situasi krisis ekonomi kegiatan usaha masih tetap berjalan bahkan terus berkembang. b. Tidak sensitive terhadap suku bunga. c. Tetap berkembang walau dalam krisis ekonomi dan moneter
Usaha kecil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah. 2. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah. 3. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana. 4. Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga.

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Sudah membuat neraca usaha. 6. Sudah memiliki surat izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. 7. Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha. 8. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal. 9. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik 10. Contoh : usaha tani sebagai pemilik perorangan yang memiliki tenaga kerja, pedagang dipasar grosir (agen) dan lainnya. Pengrajin industri makanan dan minuman, industri alat-alat rumah tangga, kerajinan tangan, peternak ayam, itik, dan perikanan, koperasi berskala kecil.
Usaha menengah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. 2. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk <i>auditing</i> dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan. 3. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan. 4. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga. 5. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan. 6. Pada umumnya telah memiliki sumberdaya manusia yang terdidik dan terlatih. 7. Contoh : usaha pertambangan batu gunung untuk konstruksi dan marmer buatan.

(Abdurohim, 2020: 25-28).

Tabel 2. 2
Kriteria UMKM berdasarkan Aset dan Omset

Ukuran usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp.50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>Rp.50 Juta – Rp.500 Juta	>Rp.300 Juta – Rp.2.5 Miliar
Usaha Menengah	>Rp.500 Juta – Rp.10 Miliar	>Rp.2.5 Miliar – Rp.50 Miliar

(Masita Dewi & Wahdi, 2020: 35).

Selain itu, berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, UMKM juga memiliki karakteristik tersendiri antara lain:

Kualitasnya belum standar. Karena sebagian besar UMKM belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan biasanya dalam bentuk *handmade* sehingga standar kualitasnya beragam. Desain produknya terbatas. Hal ini dipicu keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk. Mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan, belum banyak yang berani mencoba berkreasi desain baru.

Jenis produknya terbatas. Biasanya UMKM hanya memproduksi beberapa jenis produk saja. Apabila ada permintaan model baru, UMKM sulit untuk memenuhinya. Kalaupun menerima, membutuhkan waktu yang lama. Kapasitas dan daftar harga produknya terbatas. Dengan kesulitan menetapkan kapasitas produk dan harga membuat konsumen kesulitan. Bahan baku kurang terstandar. Karena bahan bakunya diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna. Karena produksi belum teratur maka biasanya produk-produk yang dihasilkan sering apa adanya. (Bank Indonesia, 2015:12-15).

Menurut Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menurut UU ini, usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar. Serta memenuhi kriteria antara lain : Kekayaan bersih Rp.50 Juta sampai Rp.500 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan Rp.300 juta sampai Rp.2,5 miliar.

Sedangkan usaha mikro, dimana usaha tersebut sebuah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan,serta memenuhi kriteria antara lain : kekayaan bersih paling banyak Rp.50 juta, atau memiliki total omzet paling banyak Rp.300 juta per tahun.

Dan terakhir usaha menengah yaitu, usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar, serta memenuhi kriteria antara lain :

Kekayaan bersih Rp.500 juta sampai Rp.10 miliar, atau memiliki hasil usaha penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 miliar sampai Rp.50 miliar.(Aditia Darma Nasution, Dito; Rizqy Ramadhan, Puja, 2019: 86).

Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa UMKM merupakan usaha produktif di semua sektor ekonomi yang berdiri sendiri, yang turut menopang perekonomian suatu negara yang perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain, dengan kriteria dapat dilihat dari jumlah aset, omzet dan jumlah tenaga kerja, yang dalam perkembangannya memiliki klasifikasi, serta memiliki karakteristik yang berbeda untuk Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah dari berbagai aspek. (Abdurohim, 2020: 31).

c. Pengembangan UMKM

Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM, pengembangan dalam sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara :

- 1) Memasyarakatkan dan memperdayakan kewirausahaan.
- 2) Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial.

- 3) Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi, dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Dari ketiga aspek tersebut berarti sumber daya manusia merupakan subyek yang penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga mempengaruhi kualitas produksi yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat. (Dwi Anggraeni, Feni; Hardjanto, Imam; Hayat, Ainul, 2013: 3).

Pengembangan dapat di artikan sebagai suatu usaha meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Mengemukakan bahwa pengembangan UMKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi.

Pengaruh dari perkembangan UMKM di Indonesia dan melihat peran serta pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia memiliki hasil positif, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengembangan UMKM pada Hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang di hadapi oleh UMKM. Diperlukan upaya hal-hal seperti berikut :

- 1) Strategi Perkuatan (pengembangan promosi)
- 2) Strategi pemberdayaan (pengembangan kemitraan)
- 3) Perlindungan usaha (penciptaan iklim usaha yang kondusif)
- 4) Bantuan permodalan. (alyas, 2017:115).

Berdasarkan kebijakan pembangunan ekonomi nasional yang tertuang dalam garis-garis besar haluan Negara tahun 1999 dan rencana strategis pembangunan koperasi dan Pengusaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM) Disebutkan bahwa strategi kebijakan pemberdayaan UKM meliputi :

- 1) Strategi kebijakan dukungan perkuatan bagi koperasi dan UKM.
- 2) Strategi pemberdayaan (kebijakan pengembangan sistem ekonomi kerakyatan).
- 3) Strategi kebijakan pertumbuhan iklim berusaha yang kondusif.

Dalam strategi kebijakan dukungan perkuatan bagi koperasi dan UKM dimaksud untuk memberdayakan UKM agar mampu bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya dalam kancah pasar persaingan yang sehat. Kebijakan dukungan perkuatan ini dapat berupa, dukungan perkuatan yang bersifat keuangan dan dukungan perkuatan non keuangan yakni jasa pengembangan bisnis. Dukungan perkuatan yang bersifat keuangan ditujukan agar struktur permodalan UKM semakin kuat serta dapat meningkatkan akses terhadap sumber-sumber pembiayaan.

Sedangkan dalam strategi kebijakan pengembangan sistem ekonomi kerakyatan, diarahkan pada pengembang sistem ekonomi yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan dengan prinsip persaingan sehat dan memperhatikan pertumbuhan ekonomi, nilai keadilan, dan pembangunan berwawasan lingkungan. Perlu di upayakan yaitu kebijakan untuk memberikan peluang usaha bagi koperasi dan UKM, penumbuhan kerjasama kemitraan usaha kecil dan menengah, dan peningkatkan citra positif masyarakat terhadap kewirausahaan.

Dan sedangkan strategi kebijakan pertumbuhan iklim usaha yang kondusif, dilakukan dengan kebijakan makro yang meliputi penciptaan mekanisme pasar yang berkeadilan, penciptaan lapangan usaha dan pekerjaan, penyempurnaan kebijakan investasi,

perdagangan, dan penyederhanaan perijinan dan kebijakan fiskal dan moneter untuk pemberdayaan koperasi dan UKM.(Sukidjo, 2004:18-20).

Edwin B Flippo mendefinisikan pengembangan sebagai berikut “pengembangan adalah berhubungan dengan peningkatan pengetahuan umum dan pemahaman atas lingkungan kita secara menyeluruh”.

Sedangkan menurut Andraew F. Sirkula mendefinisikan pengembangan sebagai berikut “ pengembangan mengacu pada staf atau personel adalah suatu proses pendidikan jangka panjang menggunakan suatu prosedur yang sistematis dan teroganisasi dengan mana manajer belajar pengetahuan konseptual dan teroritisi untuk tujuan umum”.

Pengembangan dan pembinaan UMKM perlu dilakukan untuk menumbuh-kembangkan UMKM di Indonesia menjadi UMKM yang kuat dan tangguh menghadapi segala situasi perekonomian. Pengembangan sektor UMKM bertumpu pada mekanisme pasar yang sehat dan adil. Pihak yang bertanggungjawab dalam pengembangan dan pembinaan UMKM adalah pemerintah, badan usaha dan masyarakat.

Imsar menyatakan bahwa pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produk dari kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai tujuan.(Marliyah, 2016: 89)

Pengaruh dari pengembangan UMKM di indonesia dan melihat peran serta pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di indonesia memiliki hasil positif, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antar pemerintah dan masyarakat.

Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diperlukan upaya hal-hal seperti :

- 1) Penciptaan iklim usaha yang kondusif.
- 2) Bantuan permodalan.
- 3) Perlindungan usaha.
- 4) Pengembangan kemitraan.
- 5) Pelatihan.
- 6) Mengembangkan promosi, dan
- 7) Mengembangkan kerjasama yang setara.(Alyas 2017:15).

6. Konsep Strategi Pengembangan dalam Perspektif Islam

Dari zaman Rasulullah SAW umat Islam telah memulai dunia bisnis dan berhasil. Banyak beberapa para sahabat yang telah menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melalui batas teritorial Mekkah maupun Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tanpa terkecuali dalam transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal ini manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis.

Nabi Muhammad merupakan seorang nabi yang memiliki banyak pengalaman dalam berdagang/berbisnis. Selama dalam perawatan dan asuhan Abu Thalib, Nabi Muhammad sering diajak ke pekan-pekan perdagangan, seperti di pasar Ukaz, Majinnah, dan Dzul Majaz. Hal inilah yang menginspirasi Muhammad untuk berdagang. Inspirasi untuk berdagang tidak hanya diperoleh dari pagelaran pasar-pasar tradisional, namun beliau peroleh dari pasar dunia seperti keikutsertaannya dalam rombongan kafilah perdagangan menuju Syam. (Saifullah, 2010).

Secara umum strategi mempunyai pengertian suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan.(Kusumawati, Naniek; Sri Maruti, Endang, 2019:7). Sedangkan pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Namun

kita harus pahami, proses bisnis yang dilakukan oleh umat manusia disesuaikan dengan ajaran islam dimana telah ditentukan batas-batasannya. Oleh karena itu, sebelum pelaku bisnis menyusun, menetapkan dan menjalankan strategi bisnisnya.

Artinya :”telah menceritakan kepada kami Hannad: telah menceritakan kepada kami Qabisah dari Sufyan dari Abu Hamzah, dari Al Hasan dari Abu Sa’id, dari Nabi sallallahu ‘alaihi wasallam, beliau bersabda: seseorang pedagang yang jujur dan dipercaya akan bersama dengan para nabi, orang-orang yang jujur, serta syuhada”. (H.R Tirmizi).

a. Ikhlas

Ikhlas merupakan suatu perbuatan baik yang tidak mengharapkan imbalan apa-apa, Kata ikhlas merupakan kata yang mudah untuk diucapkan tetapi mempunyai makna yang dalam bahkan sulit untuk dipraktikan. Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis yang tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, melainkan juga mengharap keuntungan non materi yaitu mendapatkan ridho dari Allah SWT. (Sulayman al-asyqar, 2014: 26-27).

b. Profesional

Sikap profesional merupakan sikap prilaku bijak dan baik dalam melakukan, menekuni dan menghadapi segala sesuatu yang disertai dengan intelektualitas dan kualitas di setiap bidangnya.

Nabi muhammad saw, bersabda, :”sesungguhnya allah menyukai seorang muslim yang bekerja dan ia mutaqin (profesional) dalam pekerjaannya”.(H.R. Muttafiq ‘alaih).(Muhsin,Muiz, 2014: 3).

c. Silaturrahmi

Silaturrahmi memiliki keutamaan yang sangat besar, baik berupa karunia maupun pahala di akhirat. Silaturrahmi menjadi tonggak yang mengokohkan banyak hal, mulai dari persatuan, perhatian, kasih sayang dan mata pencarian. Sebagaimana dalam hadis nabi

“Dari Abdillah Bin Amr bin al-Ash Dari Nabi saw, bersabda :”tidaklah orang yang mengadakan shilaturrahim itu orang yang membalas akan tetapi ia adalah jika diputus hubungan rahimnya maka ia menyambungnyanya”.(H.R. Bukhari).

Dalam menjalankan kegiatan bisnis, menjalin silaturrahmi itu sangatlah penting, silaturrahmi tidak sekedar berkunjung ke rumah tetangga atau saudara untuk memintak maaf. Namun silaturrahmi adalah sebuah komunikasi tinggi yang dilandasi iman kepada allah dan tidak ada motif-motif tertentu, yang dilakukannya benar-benar ikhlas karena allah.(Istianah, 2016: 202-209).

d. Menunaikan zakat, Infaq dan Shadaqah

Zakat memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya pengentasan kemiskinan atau pembangunan ekonomi. Sedangkan infaq merupakan pemberian atau sumbangan harta untuk kebaikan atau harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha. Sedangkan shadaqah merupakan suatu pemberian oleh seorang muslim kepada prang lain secara sukarela tanpa dibatasi waktu dan jumlah tertentu.

Tujuan dari zakat, infaq, shadaqah adalah sama yaitu untuk mensejahterakan umat dan mengajarkan untuk selalu berbagi kepada sesama dengan memberikan sebagian harta yang kita miliki.

Ke enam sifat tersebut hanya sebagai sifat dasar yang dimiliki oleh seorang dalam menjalankan bisnisnya.(Haris Nasution, Abdul; Nisa, Khorium; DKK, 2017: 24-25).

B. Penelitian yang Relevan

Agar penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat ketimpangan dengan penelitian yang lain, maka tinjauan kepustakaan merupakan sebuah keharusan yang harus dilakukan oleh penulis. Untuk itu, penulis merujuk hasil penelitian sebelum mengenai permasalahan yang ada hubungannya dengan judul dan masalah yang akan penulis teliti.

Siti Romsinah Harahap (2017). Skripsi. Strategi Pengembangan Usaha Petani Kelapa Sawit Di Desa Marsonja Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian berbentuk deskriptif. Dimana penelitian ini berisi kutipan-kutipan data dalam menyajikan laporan. Data ini berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto atau dokumentasi lainnya. Hasil penelitian ini adalah Faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi usaha petani kelapa sawit di Desa Marsonja Kecamatan Labuhan Batu Selatan adalah kekuatan dalam bentuk kondisi tanah dan cuaca yang mendukung untuk pengembangan tanaman kelapa sawit, lahan milik sendiri dan memiliki sarana transportasi yang lancar. Dan strategi yang dijalankan petani dalam mengembangkan usahanya adalah meningkatkan kualitas buah kelapa sawit, memilih kondisi alam, memperluas lahan, mengadakan pelatihan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian terdahulu membahas Strategi Pengembangan Usaha Petani Kelapa Sawit sedangkan penelitian ini membahas tentang UMKM di Dinas Koperindag. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menggunakan analisis data SWOT dan memfokuskan dalam sisi pengembangan.

Maulida Rusdiana. (2016). Skripsi. Strategi Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan ESDM Kabupaten Sidoarjo untuk meningkatkan Daya Saing UKM Batik pada Sentra UKM Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian berbentuk deskriptif. Dimana penelitian ini berisi kutipan-kutipan data dalam menyajikan laporan. Data ini berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto atau dokumentasi lainnya. Hasil penelitian ini adalah Strategi yang digunakan Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan ESDM adalah strategi pengembangan pasar dan dioperasionalkan dengan strategi fungsional. Strategi tersebut diimplementasikan melalui kebijakan dan program.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Maulida Rusdiana dengan peneliti adalah penelitian terdahulu memfokuskan pada pengembangan UKM batik. Sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama memfokuskan pada sisi pengembangan usaha UMKM oleh Dinas Koperindag.

Ali Zaenal Abidin (2017). Skripsi. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi Dan Ukm Kota Tangerang Selatan. Pada penelitian ini digunakan pendekatan Kualitatif. Dimana penulis menggunakan wawancara, observasi langsung ke lapangan dan analisis bahan-bahan tertulis sebagai sumber data utama. Hasil penelitian ini adalah Strategi Pengembangan UMKM Kota Tangerang Selatan oleh Dinas Koperasi dan UKM Tangerang Selatan sudah cukup baik. Pengembangan UMKM yang selama ini berbentuk pelatihan, bimbingan teknis maupun workshop kewirausahaan yang diikuti oleh para pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan sudah memberikan efek positif bagi beberapa pelaku UMKM, walaupun belum semua UMKM mampu mengimplementasikan apa yang sudah di berikan saat pelatihan yang di adakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ali Zaenal Abidin dengan peneliti adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengembangan UMKM di Kota Tangerang. Sedangkan penelitian ini membahas pengembangan UMKM di Kabupaten Tanah Datar. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengembangan UMKM.

BAB III METODE JENIS PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada *generalisasi*. (Sugiyono, 2016: 9).

Penelitian kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati. Kualitatif berarti sesuatu yang berkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna yang terdapat dibalik fakta. Kualitas, nilai atau makna hanya dapat diungkapkan dan dijelaskan melalui linguistik, bahasa dan kata-kata.(Fitrah & Lutfiyah, 2017: 44).

B. Latar dan Waktu Penelitian

**Tabel 3. 1
Jadwal Penelitian**

Penelitian	2020				2021																															
	Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi Awal																																				
Pengajuan Proposal																																				
Bimbingan Proposal																																				
Seminar Proposal																																				
Revisi Setelah Seminar																																				
Pengurusan Surat																																				

interview, observasi, maupun penggunaan instrumen pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuan.(Azwar, 2010: 36). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah staf kasi pengembangan dan pemberdayaan UMKM pada Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer. Data sekunder ini diperoleh dari dokumen Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar.

E. Teknis Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode pengumpulan informasi untuk penelitian dari berbagai sumber yang didapatkan. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penulis tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar penelitian.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Metode wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dirumuskan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penulis ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila penulis ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.(Sugiyono, 2014: 194) Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan kasi pengembangan dan pemberdayaan UMKM Dinas Koperindag.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen itu berbentuk teks tertulis, gambar, maupun foto digunakan oleh penulis dalam memperoleh informasi yang lebih akurat. Dalam hal ini penulis mengambil arsip pada Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar, dokumen-dokumen, formulir-formulir, dan sebagainya untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan untuk penelitian ini. Selain itu, penulis juga mengambil beberapa referensi yang berasal dari buku-buku ekonomi dan *browsing* dari internet.

F. Teknis Analisis Data

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data adalah sebagai berikut :

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pencarian, pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan data yang relevan dengan masalah yang diteliti. Reduksi data yang dilakukan dalam penelitian ini dilaksanakan secara terus-menerus selama pengumpulan data berlangsung. Langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan reduksi data adalah sebagai berikut:

- a. Data yang diperoleh kemudian dipilih dan disederhanakan sesuai dengan permasalahan serta relevan dengan wawancara dan dokumentasi yang telah didapat.
- b. Penulis akan memilih data yang relevan dan bermakna untuk disajikan dengan cara memilih data yang pokok atau inti dari data-data yang telah dirangkum, dan memfokuskan data pada hal-hal yang sesuai.

2. Display Data

Display data atau penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data dalam penelitian ini berupa penulis

menyajikan data yang telah direduksi dan dikategorisasi sebelumnya dalam bentuk tulisan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah sebuah penarikan kesimpulan yang menjawab permasalahan yang diungkapkan oleh peneliti sebelumnya. (Sugiyono, 2014: 99). Jadi penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi utuh. Pembuktian kembali atau verifikasi dapat dilakukan untuk mencari pembenaran dan persetujuan, sehingga validitas dapat dicapai. Kesimpulan dalam penelitian ini diperoleh dari reduksi data dan display data.

G. Teknik Analisis Keabsahan Data

Sebuah data mempunyai karakteristik atas dasar kebenaran dan kesalahan atas laporan yang diberikan. Maka dari itu untuk mengetahui kredibilitas data, dalam penelitian ini diperlukan uji keabsahan data, diantaranya uji kredibilitas. Setelah mengetahui bahwa data itu layak untuk dianalisis, langkah selanjutnya dilakukan uji dependabilitas terhadap data. Hal ini dimaksudkan agar wawancara dan observasi ini dapat bersifat realibel.

Teknik triangulasi merupakan model ketiga untuk memperbaiki temuan dan interpretasi akan dapat dipercaya. Ada empat model yang berbeda di triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi sumber, yaitu penggunaan sumber data yang beragam dalam studi.
2. Triangulasi investigator/ peneliti, yaitu penggunaan beberapa peneliti atau evaluator yang berbeda.
3. Triangulasi teori, yaitu penggunaan perspektif-perspektif ganda untuk menginterpretasikan seperangkat data tunggal.
4. Triangulasi metodologis, yaitu penggunaan metode-metode ganda untuk menstudi masalah atau program tunggal. (Ahmadi, 2014: 265).

Teknik triangulasi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek kembali informasi yang di peroleh dari Karyawan, Kasi pemberdayaan dan pengawasan umkm dan Kepala Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

1. Sejarah Singkat Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

Pembentukan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) didasarkan dengan mengacu pada Pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Selain itu, pada Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPRRI/1998 tentang Politik Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Sebagai implementasi dari Undang-Undang serta TAP MPR RI tersebut.

Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar yang dahulunya bernama dinas Koperindagpastam yang merupakan salah satu unsur pelaksana pemerintah Kabupaten Tanah Datar dibidang koperasi, perindustrian, perdagangan, pasar dan pertambangan yang dipimpin oleh seorang kepala dinas dan bertanggung jawab kepada bupati melalui sekretaris daerah, dibentuk berdasarkan peraturan daerah Kabupaten Tanah Datar no 9 tahun 2010 tentang pembentukan dan susunan organisasi dinas koperasi, perindustrian, perdagangan pasar dan pertambangan.

2. Visi dan Misi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

a. Visi

“Terwujudnya usaha ekonomi masyarakat yang berdaya saing tinggi disektor koperasi usaha kecil dan menengah, perindustrian dan perdagangan”

b. Misi

- 1) Pemberdayaan ekonomi kerakyatan dibidang industry dan perdagangan.
- 2) Pengembangan kelembagaan koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (UKMK).

3. Struktur Organisasi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar

Di Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar terdapat struktur organisasi yang disusun dalam bentuk bagan, yaitu sebagai berikut :

a. Pembagian Tugas Dan Tanggung Jawab

Penjelasan pada bagian pembagian tugas dan tanggungjawab akan dijabarkan secara sekaligus dengan dimulai pada jabatan tertinggi hingga kepada subbagian yang ada dalam naungan jabatan tertinggi tersebut. Adapun untuk penjelasannya ialah sebagai berikut:

1) Kepala Dinas

Tugas pokok Kepala dinas mempunyai tugas :

- a) Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan dibidang koperasi dan usaha kecil dan menengah (UKM), perindustrian dan perdagangan yang berdasarkan azas otonomi dan tugas pembantuan.
- b) Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan dalam melaksanakan tugas sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1)

2) Sekretariat

Sekretariat itu terdiri dari Subbagian Umum dan Kepegawaian. Uraian Sub bagian Umum dan Kepegawaian Pasal 8 yaitu :

Subbagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas urusan ketatausahaan, pengendalian surat masuk dan keluar, kearsipan, rumah tangga, perlengkapan, humas dan protokol,

menyiapkan bahan penyusunan rencana kebutuhan pegawai, mutasi pegawai, gaji berkala, pendidikan dan latihan, cuti, kesejahteraan pegawai, kehadiran dan administrasi kepegawaian dinas sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Uraian tugas Subbagian Umum dan Kepegawaian adalah :

- a) Menghimpun, mempelajari dan menelaah peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pelaksanaan tugas.
- b) Membuat rencana dan program kerja Subbagian Umum dan Kepegawaian.
- c) Melaksanakan dan mengkoordinasikan pelaksanaan pengadaan, penggunaan dan administrasi peralatan, perlengkapan dan aset.
- d) Melaksanakan administrasi persuratan dan kearsipan sesuai peraturan perundang-undangan.
- e) Melaksanakan administrasi kepegawaian.
- f) Melaksanakan pembinaan kepegawaian sesuai peraturan perundang-undangan.
- g) Melaksanakan tugas kehumasan.
- h) Melaksanakan dan mengkoordinasikan program dan kegiatan dengan unit kerja terkait.
- i) Melaksanakan pembinaan organisasi dan tatalaksana.
- j) Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- k) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan bidang tugasnya.

Uraian Tugas Subbagian Perencanaan dan Keuangan Pasal 10 adalah sebagai berikut :

Subbagian Perencanaan dan Keuangan mempunyai tugas menyiapkan bahan penyusunan rencana umum jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang serta menyelenggarakan

pelayanan administrasi keuangan, pembukuan, laporan keuangan dan memelihara dokumen keuangan serta membuat laporan pertanggung jawaban keuangan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Uraian tugas Subbagian Perencanaan dan Keuangan.

- a) Menghimpun, mempelajari dan menelaah peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pelaksanaan perencanaan dan keuangan.
- b) Menyiapkan data dan bahan tentang pelaksanaan perencanaan umum, program, kegiatan dan evaluasi.
- c) Mengkoordinir dan melaksanakan penyusunan rencana jangka pendek, menengah dan jangka panjang.
- d) Melaksanakan monitoring dan evaluasi pelaksanaan program dan kegiatan.
- e) Mempelajari dan menelaah peraturan keuangan.
- f) Memproses dokumen pelaksanaan anggaran kegiatan.
- g) Menyelenggarakan pelayanan administrasi keuangan.
- h) Melaksanakan koordinasi dengan unit kerja terkait dalam pelaksanaan kegiatan.
- i) Menyiapkan bahan pertanggungjawaban dan menyiapkan laporan keuangan sesuai peraturan perundang-undangan.
- j) Menyusun laporan bulanan, triwulan dan tahunan keuangan sesuai peraturan perundang-undangan sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.
- k) Menyiapkan dan memelihara dokumen keuangan sesuai peraturan perundang-undangan.
- l) Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- m) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan bidang tugasnya.

3) Bidang Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Bidang Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pasal 11. Bidang Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai tugas pokok menyiapkan bahan kebijaksanaan dan perumusan pelaksanaan urusan sesuai dengan ruang lingkup koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah.

Uraian tugas Kepala Koperasi dan UMKM adalah :

- a) Menyelenggarakan penganalisaan program dan urusan yang menjadi kewenangan sesuai peraturan perundang-undangan.
- b) Penyelenggaraan kebijakan pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan.
- c) Pengkoordinasian penyusunan bahan perencanaan strategik.
- d) Pengkoordinasian penyusunan rencana kegiatan dan anggaran tahunan bidang sesuai program dan urusan dengan mempedomani peraturan perundang-undangan.
- e) Pengkoordinir pelaksanaan kegiatan sesuai dengan perencanaan.
- f) Menyelenggarakan penyusunan data dan informasi bidang.
- g) Menyelenggarakan pemantauan, evaluasi dan pelaporan bidang.
- h) Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- i) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas.

Bidang Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terdiri dari. Seksi Kelembagaan dan Pengawasan Koperasi Pasal 12.

Seksi Kelembagaan Koperasi dan Pengawasan Koperasi mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang lingkup kelembagaan dan pengawasan koperasi yang

berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan, sesuai urusanyang menjadi kewenangan.

Uraian tugas Seksi Kelembagaan dan Pengawasan Koperasi adalah :

- a) Mengumpulkan dan menganalisa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pelaksanaan urusan dan tugas.
- b) Menyusun rencana dan program kerja.
- c) Mengumpulkan data dan menyiapkan bahan kebijakan pelaksanaan urusan.
- d) Melaksanakan pembinaan kelembagaan koperasi.
- e) Memverifikasi data, jumlah dan dokumen izin usaha koperasi.
- f) Mengkoordinasikan pembentukan, perubahan anggaran dasar dan pembubaran koperasi.
- g) Melaksanakan pengawasan, pemeriksaan dan penilaian kesehatan koperasi.
- h) Mengkoordinir pelaksanaan program dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- i) Melaksanakan dan mengkoordinasikan program dan kegiatan dengan unit kerja terkait.
- j) Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- k) Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- l) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas.

Seksi Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi Pasal 13. Seksi Pemberdayaan Koperasi dan Pengembangan mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang

lingkup pemberdayaan dan pengembangan koperasi urusanyang menjadi kewenangan.

Uraian tugas Seksi Pemberdayaan Koperasi adalah :

- a) Mengumpulkan dan menganalisa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pelaksanaan urusan dan tugas.
- b) Menyusun rencana dan program kerja.
- c) Mengumpulkan data dan menyiapkan vahan kebijakan pelaksanaan urusan.
- d) Melaksanakan program dan kegiatan sesuai dengan urusan yang menjadi kewenangan.
- e) Mengkoordinir dan melaksanakan fasilitasi usaha koperasi.
- f) mengkoordinir dan melaksanakan peningkatan SDM koperasi.
- g) mengkoordinir dan melaksanakan pengembangan, penguatan dan perlindungan koperasi.
- h) Mengkoordinir pelaksanaan program dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- i) melaksanakan dan mengkoordinasikan program dan kegiatan dengan unit kerja terkait.
- j) menyusun laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- k) melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- l) pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas.

Seksi Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM. Seksi Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang lingkup pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sesuai urusan yang menjadi kewenangan.

Uraian tugas Seksi Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM adalah :

- a) Mengumpulkan dan menganalisa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pelaksanaan urusan dan tugas.
- b) Menyusun rencana dan program kerja.
- c) Mengumpulkan data dan menyiapkan vahan kebijakan pelaksanaan urusan.
- d) Mengkoordinir dan melaksanakan fasilitasi usaha mikro, kecil dan menengah.
- e) Mengkoordinir dan melaksanakan pengembangan, penguatan dan perlindungan usaha mikro, kecil dan menengah.
- f) Mengkoordinir dan melaksanakan peningkatan kualitas kewirausahaan.
- g) Melaksanakan program dan kegiatan sesuai dengan urusan yang menjadi kewenangan.
- h) Mengkoordinir pelaksanaan program dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- i) Melaksanakan dan mengkoordinasikan program dan kegiatan dengan unit kerja terkait.
- j) Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- k) Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- l) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas.

4) Bidang Perindustrian

Bidang Perindustrian mempunyai tugas pokok menyiapkan bahan perumusan kebijaksanaan dan pelaksanaan urusan pemerintahan Bidang Perindustrian.

Uraian Tugas Kepala Bidang Perindustrian adalah :

- a) Menyelenggarakan penganalisaan program dan urusan yang menjadi kewenangan sesuai peraturan perundang-undangan.
- b) Penyelenggaraan kebijakan pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan.
- c) Pengkoordinasian penyusunan bahan perencanaan strategi.
- d) Pengkoordinasian penyusunan rencana kegiatan dan anggaran tahunan bidang sesuai program dan urusan dengan mempedomani peraturan perundang-undangan.
- e) Mengkoordinir pelaksanaan kegiatan sesuai dengan perencanaan.
- f) Menyelenggarakan penyusunan data dan informasi bidang perindustrian.
- g) Menyelenggarakan pemantauan, evaluasi dan pelaporan bidang.
- h) Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- i) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas.

Bidang Perindustrian terdiri dari Seksi Industri Agro Pasal 16. Seksi Industri Agro mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang lingkup Industri Agromeliputi industri hasil perikanan, makanan dan minuman, hasil hutan dan perkebunan, perwilayahan industri dan sarana prasarana sesuai urusanyang menjadi kewenangan.

Uraian tugas Seksi Industri Agro adalah :

- a) Mengumpulkan dan menganalisa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pelaksanaan tugas.
- b) Menyusun Rencana dan Program Kerja.
- c) Mengumpulkan data dan menyiapkan bahan kebijakan pelaksanaan urusan.
- d) Melakukan pembinaan dan pengembangan industri agro.
- e) Melakukan fasilitasi pengembangan industri agro.
- f) Melakukan Promosi Produk Industri agro.
- g) Mengkoordinir pelaksanaan program dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- h) Melaksanakan dan mengkoordinasikan program dan kegiatan dengan unit kerja terkait.
- i) Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- j) Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- k) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas.

Seksi Industri non Agro Pasal 17. Seksi Industri Non Agro mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang lingkup Industri Non Agromeliputi industri aneka dan tekstil, kimia hilir dan maritim, perwilayahan industri dan sarana prasarana sesuai urusan yang menjadi kewenangan.

Uraian tugas Seksi Industri Non Agro adalah :

- (1) Mengumpulkan dan menganalisa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pelaksanaan tugas.
- (2) Menyusun rencana dan program kerja.
- (3) Mengumpulkan data dan menyiapkan bahan kebijakan pelaksanaan urusan.

- (4) Melakukan pembinaan dan pengembangan industri non agro.
- (5) Melakukan fasilitasi pengembangan industri non agro.
- (6) Melakukan Promosi Produk Industri non agro.
- (7) Mengkoordinir pelaksanaan program dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- (8) Melaksanakan dan mengkoordinasikan program dan kegiatan dengan unit kerja terkait.
- (9) Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- (10) Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- (11) pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas.

Seksi Data, Standarisasi dan Pengawasan Pasal 18. Seksi Pengawasan mempunyai tugas menyiapkan bahan dan melaksanakan kebijaksanaan teknis ruang lingkup data, standarisasi dan Pengawasan dibidang perindustrian yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan, sesuai urusanyang menjadi kewenangan.

Uraian tugas Seksi Pengawasan adalah :

- (a) Mengumpulkan dan menganalisa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pelaksanaan tugas.
- (b) Menyusun rencana dan program kerja.
- (c) Mengumpulkan data dan menyiapkan bahan kebijakan pelaksanaan urusan.
- (d) Menyusun data base industri kabupaten.
- (e) Mengkoordinir dan melaksanakan fasilitasi sertifikasi industri.

- (f) Melakukan pengawasan usaha industri yang melanggar ketentuan.
- (g) Melaksanakan sosialisasi pengurusan Izin Usaha Bidang Industri.
- (h) Mengkoordinir pelaksanaan program dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- (i) Melaksanakan dan mengkoordinasikan program dan kegiatan dengan unit kerja terkait.
- (j) Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan yang telah ditetapkan.
- (k) Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- (l) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas.

5) Bidang Perdagangan

Bidang Perdagangan mempunyai tugas pokok menyiapkan bahan kebijaksanaan dan perumusan pelaksanaan kegiatan urusan perdagangan. Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat 1, Bidang Perdagangan mempunyai fungsi sebagai berikut :

- a) Penganalisaan program dan urusan yang menjadi kewenangan.
- b) Perencanaan kegiatan berdasarkan skala prioritas.
- c) Pengaturan pelaksanaan kegiatan sesuai sasaran yang ditetapkan.
- d) pengkoordinasian kegiatan dan tugas penunjang serta tugas yang bersifat rutinitas.
- e) Pelaksanaan pengawasan kegiatan sesuai perencanaan.
- f) Pelaksanaan fasilitasi kelancaran tugas berdasarkan azas keseimbangan.
- g) Pelaksanaan pertanggungjawaban dan laporan.

Uraian Tugas Kepala Bidang Perdagangan adalah :

- (1)Menyelenggarakan penganalisaan program dan urusan yang menjadi kewenangan sesuai peraturan perundang-undangan.
- (2)Penyelenggaraan kebijakan pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan.
- (3)Pengkoordinasian penyusunan bahan perencanaan strategik.
- (4)Pengkoordinasian penyusunan rencana kegiatan dan anggaran tahunan bidang sesuai program dan urusan dengan mempedomani peraturan perundang-undangan.
- (5)Pengkoordinir pelaksanaan kegiatan sesuai dengan perencanaan.
- (6)Menyelenggarakan penyusunan data dan informasi bidang.
- (7)Menyelenggarakan pemantauan, evaluasi dan pelaporan bidang.
- (8)Melaksanakan tugas penunjang dan tugas yang bersifat rutinitas sesuai kewenangan.
- (9)pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas.

b. Jumlah tenaga kerja

Jumlah Tenaga Kerja yang ada di Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar terdiri dari :

Tabel 4. 1
Jumlah Tenaga Kerja di Dinas Koperindag Kabupaten Tanah

NO	NAMA	STATUS	JABATAN
1	Darfizal. SE, Msi	PNS	Kepala Dinas
2	Lola Nasution. SH	PNS	Kabid Koperasi dan UMKM/ PLT Sekretaris
3	Sugiyah	PNS	Bendahara
4	Zulhendrianto A.MD	PNS	Bendahara

5	Addewita S.AP	PNS	Kepala Sub Bagian Tata Usaha
6	Afrina Yarlis SP	PNS	Kasi Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi
7	Andrizal A.Md	PNS	Pengolah Data
8	Aldy	PNS	Pengemudi
9	Azmi Wenry SE	PNS	Kepala Sub Bagian Tata Usaha
10	Bendrizar	PNS	Pengadministrasian Kepegawaian
11	Candoko Bana	PNS	Verifikator Keuangan
12	Didik Nurhadi	PNS	Fasilitator Sarana Pemasaran
13	Djasmalinar S.SOS	PNS	Kepala UPT Sentra Industri Tenun Lintau
14	Donni SE	PNS	Kepala Sub Bagian Perencanaan dan Keuangan
15	Helen Diana Mora S.SOS	PNS	Kepala Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM
16	Multarida S.SOS	PNS	Kepala Seksi Industri Agro
17	Nova Efinoyenti	PNS	Pengadministrasian Izin Usaha
18	Noviandri	PNS	Pengadministrasian Kepegawaian
19	Rafendi SH	PNS	Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
20	Reni Maryulis S.AP	PNS	Pengadministrasian Keuangan
21	Rifna Ludin SE	PNS	Kepala Seksi Industri Non Agro
22	Rita Maria SE	PNS	Pengelola Sarana dan Prasarana Kantor
23	Rusdi	PNS	Fasilitator Promosi
24	Syafril	PNS	Kepala UPT Pasar
25	Taufik Hidayat	PNS	Juru Pungut Retribusi
26	Widdondri	PNS	Pengadministrasian Pengamanan dan

			Perlindungan Akses Pasar
27	Wilda Anas SE	PNS	Kepala Bidang Perindustrian
28	Yendrizal SE	PNS	Analisis Koperasi
29	Yeri Trianda, ST	PNS	Kepala Seksi Pengawasan
30	Yesi Siska Trisia, SE	PNS	Kepala Seksi Pengembangan dan Promosi
31	Yorry Irawan SE	PNS	Kepala Seksi Bina Usaha dan Sarana, plt. Kabid Perdagangan
32	Yurnalis S.SOS	PNS	Kepala Seksi Data, Standardisasi dan Pengawasan
33	Wilda Usman S.SOS	PNS	Pengelola Pasar
34	Siska Denny Zoebir	Honnorer	
35	Ahmad Ardinal Rasyidi	Honnorer	
36	Gazalmi Reko Saputra	Honnorer	
37	Nurlela Septia Yudha	Honnorer	
38	Ririn Listriana	Honnorer	
39	Ade Suryanta Sembiring	Honnorer	
40	Hena Oktaria Ginting	Honnorer	

(Sumber data : Koperindag Kabupaten Tanah Datar)

c. Sektor UMKM

Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan jumlah UMKM berdasarkan jenis usaha pada Kabupaten Tanah Datar.

Tabel 4. 2
Jumlah UMKM Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jenis (Unit)
1	UMKM jenis kuliner	4.191
2	UMKM jenis perdagangan	28.273
3	UMKM jenis pertambangan	851

4	UMKM jenis industri	1.670
5	UMKM jenis pertanian	4.987
6	UMKM jenis jasa	2.496
7	UMKM jenis lainnya	3.694

(Sumber Data : Koperindag Kabupaten Tanah Datar)

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan sektor UMKM

Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar melakukan beberapa program kegiatan dalam hal pengembangan sektor UMKM dari strategi yang telah diterapkan. Strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar merupakan strategi yang berasal dari suatu kebijakan pemerintah pusat yaitu Kementerian Koperasi dan UMKM. Dinas Koperindag Tanah Datar melaksanakan strategi apa yang telah ditetapkan dari pusat. Namun tidak semua strategi diterapkan di Kabupaten Tanah Datar dikarenakan pelaksanaan strategi tersebut disesuaikan dengan kondisi di daerah dan tersedianya anggaran yang dialokasikan.

Strategi pengembangan UMKM tersebut terdiri dari strategi Perkuatan, Pemberdayaan dan Perlindungan. Dimana strategi-strategi tersebut yang selanjutnya di implementasikan lebih lanjut ke dalam program dan kegiatan yaitu :

a. Strategi Perkuatan (Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha Bagi UMKM)

tujuan dilaksanakan program ini adalah untuk meningkatkan kemampuan para pelaku usaha dan memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya lokal. Sasaran program ini adalah untuk meningkatkan penataan kelembagaan, permodalan dan pemasaran bagi UMKM sehingga terwujud pelaku usaha yang kuat.

Maka untuk mencapai sasaran tersebut ditetapkan program dengan kegiatan penyelenggaraan promosi produk.

Salah satu masalah yang dihadapi dalam pengembangan UMKM adalah rendahnya akses UMKM terhadap pasar. Oleh karena itu Dinas Koperindag Tanah Datar memberikan bantuan kepada UMKM dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya melalui penyelenggaraan promosi produk UMKM. Dengan melakukan pameran produk UMKM maka diharapkan para pengelola UMKM di Kabupaten Tanah Datar semakin aktif dan selektif dalam menampilkan produk-produknya dengan mutu, desain, dan harga yang semakin bersaing dengan produk-produk dari daerah lain dan bahkan dari negara-negara lain baik di pasar nasional maupun internasional.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan promosi produk usaha UMKM ini adalah sebagai berikut :

- 1) Sebagai ajang promosi dan pemasaran produk-produk UMKM kepada masyarakat baik itu nasional maupun internasional yang diharapkan dapat menembus pangsa pasar nasional maupun internasional.
- 2) Mempromosikan produk UMKM dalam meraih pasar global untuk mengantisipasi masuknya produk-produk yang diproduksi oleh produsen luar negeri.
- 3) Merupakan forum bertukar wawasan baik antar sesama pengrajin/pengusaha ataupun dengan masyarakat untuk meningkatkan teknologi, kualitas, dan mutu hasil kerajinan.
- 4) Sebagai ajang kompetisi untuk menumbuhkan kreasi dan meningkatkan prestasi dunia kerajinan.

Pameran yang diselenggarakan oleh Dinas Koperindag Tanah Datar sebagai berikut :

a) Pameran dalam Daerah

(1)Pameran Expo 2019 di Kecamatan Lintau Buo Utara.

(2)Pameran Pagaruyuang Expo 2018 dilapangan Cindua Mato Batusangkar tanggal 4 sampai tanggal 8 Desember 2019.

b) Pameran Luar Daerah

(1)Pameran Inacraf tahun 2019 yang berlangsung di JCC Jakarta dari tahun 2019.

(2) MTQ Nasional ke XXXVIII tingkat Provinsi Sumatera Barat di Solok.

(3)Padang Fair tahun 2019 di GOR H. Agus Salim Padang

(4)APKASI di Jakarta Convention Center tahun 2019.

(5)Kriya Nusa di JCC Jakarta dari tanggal 11 sampai tanggal 15 September 2019.

(6)Pameran Festival Produk Unggulan Nusantara di Auditorium Barat Batam tanggal 13 sampai tanggal 19 September 2018

(7)Pameran Smesco di Jakarta tanggal 30 Maret sampai tanggal 02 April 2018.

3) Pameran Luar Negeri

Pameran luar Negeri sebanyak 1 kali yaitu ke Pameran YWCA Charity Bazaar di Bangkok tanggal 14 sampai tanggal 08 Desember 2019. (Silvia Mega Sari, wawancara, 1 Juli 2021).

Promosi produk UMKM yang telah diselenggarakan tersebut merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM. Maka dari itu biasanya mereka memanfaatkan kegiatan ini untuk memperkenalkan hasil produknya kepada masyarakat. Oleh karena itu Dinas Koperindag Tanah Datar sangat selektif untuk memilih UMKM mana yang berhak menjadi peserta dalam pameran

ini. UMKM yang menjadi peserta adalah UMKM yang menjadi binaan Dinas Koperindag. Oleh karena itu, peserta yang diutamakan adalah UMKM yang produknya sudah menjadi barang ekspor. Proses seleksi juga dilakukan oleh Dinas Koperindag untuk mengetahui UMKM mana yang layak untuk mengikuti pameran. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh ibuk Helen Diana Mora. Sos

“UMKM yang ikut dalam pameran ini UMKM jadi binaan dinas zet. Biasanya produk-produk itu sudah banyak di ekspor untuk memilih UMKM nya kami memang langsung pilih saja, karena memang kami sudah tau UMKM mana yang produknya layak di promosikan, contohnya kerja sama dengan UMKM kacang GDR (helen,wawancara 22 juni 2021).

Hal senada diungkapkan pula oleh Bapak Alhafis berikut ini :

“kami menyokong untuk bagaimana peningkatan dari usaha mikro ke kecil, apakah tetap berdiri disana aja untuk perkembangan UMKM itu, dan bagaimana pemasaran dari usaha UMKM tersebut. Untuk Dinas Perdagangan contohnya ketika kemasan sudah bagus packing sudah sebagus mungkin nanti dibantulah untuk mempromosikannya ke pasar-pasar, dan ketika barang-barang itu bagus dibantu untuk ekspor ataupun impor nantinya dan difasilitasi juga nantinya dengan pihak ketiga kerja sama dengan pihak ketiga dan diberi fasilitas nantinya contohnya dulu kerja sama dengan kacang GDR dan pak hakim di baso kami bantulah UMKM itu tapi dengan catatan ada IRT, IUMK (izin usaha mikro kecil) label halal, dan ada legalitas usahanya itu.(Alhafis,Wawancara 22 juni 2021).

Penyelenggaraan promosi produk UMKM tersebut merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM. Oleh karena itu, biasanya mereka memanfaatkan kegiatan ini untuk diperkenalkan hasil produksinya kepada masyarakat luas. Maka dari itu Dinas Koperindag sangat selektif untuk memilih UMKM mana yang berhak untuk menjadi peserta dalam pameran

ini. Karena kegiatan ini dapat meningkatkan permintaan komoditi kerajinan terhadap permintaan pasar lokal maupun nasional. Selain itu, kegiatan pameran ini juga dapat meningkatkan daya saing dan kualitas produk-produk kerajinan dipasar nasional maupun internasional.

b. Strategi Pemberdayaan (Program Pengembangan Kewirausahaan Dan Keunggulan Kompetitif UMKM)

Program ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia UMKM yang tangguh dan mempunyai jiwa wirausaha. Sasaran yang akan dicapai adalah meningkatnya Sumber Daya Manusia bagi UMKM sehingga terwujud UMKM yang kuat, mandiri, inovatif, dinamis, dan berdaya saing tinggi. Untuk mendukung mendukung program tersebut maka kegiatan yang dilakukan adalah dengan :

Penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan

Penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan bagi UMKM bertujuan untuk meningkatkan kualitas pribadi sumber daya manusia (SDM) yang tangguh, mempunyai jiwa wirausaha dan juga untuk meningkatkan kemampuan manajerial serta kewirausahaan bagi UMKM. Sehingga tercapai kinerja yang optimal dan tumbuh berkembang menjadi UMKM yang sehat, tangguh, dan mandiri sebagai pelaku usaha dalam perekonomian rakyat.

Sosialisasi pelaksanaan penyelenggaraan pada kegiatan pelatihan kewirausahaan bagi UMKM. Pemerintah Kabupaten Tanah Datar melalui Dinas Koperindag melaksanakan pelatihan dengan menghadirkan narasumber yang berkompeten. Hal ini di ungkapkan Ketua pelaksana Ibuk Lola Nasution yang menjabat sebagai Kabid Koperasi dan UMKM Dinas Koperindag. Sebagai berikut :

“pelatihan angkatan I dilaksanakan bulan Juli 2020, angkatan II dilaksanakan bulan Oktober 2020 dan angkatan III dilaksanakan pada bulan November 2020 dengan jumlah

peserta yaitu 30 orang. Kita hadirkan narasumber Bapak Arlin Teguh Andini yang merupakan praktisi, motivator dan konsultan bisnis dari Provinsi Sumbar, kemudian dari Dinas PMTSP Naker Tanah Datar membahas izin usaha, Dinas Kesehatan untuk izin PIRT atau produk industri rumah tangga dan juga dari Dinas Koperindag sendiri”(Lola,wawancara 22 juni 2021).

Dan ada juga pernyataan Ibuk Helen Diana Mora selaku Kasi

Pengembangan dan Pemberdayaan UKM berikut ini :

“kalau bagian lenen sekarang ini pelatihan-pelatihan bagaimana usahanya berkembang, disini pelatihan itu contohnya yaitu pelatihan untuk usaha pemula, pelatihan manajemen secara online, market place (bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online), business plan. Kalau dibagian lenen sekarang tentang pelatihan ke manajemennya dan market place gitu zet”(Helen,Wawancara 22 juni 2021).

Berdasarkan wawancara Ibuk Helen mengungkapkan sebagai berikut :

“pelatihan untuk usaha pemula, pelatihan manajemen secara online, market place, bussines plan pada masa pandemi covid-19 masih terlaksana sampai sekarang dengan menerapkan protokol kesehatan” (Helen, Wawancara 13 Agustus 2021).

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan para pelaku usaha UMKM yang berada di Kabupaten Tanah Datar.

c. Strategi Perlindungan (Program Penciptaan Iklim Usaha Yang Kondusif)

Tujuan dari program ini adalah terwujudnya perubahan perilaku gerakan UMKM sesuai dengan peraturan yang berlaku. Sasaran yang akan dicapai adalah meningkatnya perubahan perilaku UMKM dalam berusaha untuk melaksanakan dan mentaati peraturan yang berlaku, sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dengan Pemerintah selaku pembina. Kegiatan yang dilakukan untuk mendukung kegiatan ini antara lain :

Fasilitas Pengembangan UMKM

Peran Dinas Koperindag dalam fasilitasi pengembangan UMKM di sini maksudnya adalah untuk memfasilitasi setiap kegiatan pengembangan dengan menjembatani antara pelaku usaha dengan pihak yang dibutuhkan pelaku usaha. Atau dengan kata lain, Dinas Koperindag memberikan fasilitas yang berwujud sarana dan prasarana untuk mendukung perkembangan usaha. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Ibuk Helen Diana Mora. Sos berikut ini :

“kegiatan fasilitas yang bertujuan untuk mengembangkan UMKM, Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam kegiatan ini memfasilitasi dengan memberikan bantuan kepada para pelaku usaha, dari mereka tidak ada modal menjadi ada modal dan ketika peralatan tidak ada dibantulah dengan memberika peralatan contoh ketika mesin jahit tidak ada dibantulah dengan memberikan mesin jahit dan itu diberikan oleh bidang Industri.” (Helen, 22 Juni 2021).

Dalam kegiatan fasilitas pengembangan ini bertujuan supaya UMKM tersebut dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan keahlian yang dimiliki oleh para pelaku usaha tersebut. Contohnya dengan pemberian modal para pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya sesuai dengan keinginan mereka yaitu pada masa pandemi ini diberikan bantuan berupa bantuan BPUM untuk mereka memiliki usaha namun karena pandemi usahanya berhenti dan tidak berjalan seperti biasanya dan dengan memberikan bantuan berupa alat-alat produksi dapat memproduksi produk dengan baik. dengan harapan agar produk yang dihasilkan dapat memiliki nilai yang lebih bagus dan lebih

baik, berkualitas, dan mampu bersaing dengan ditingkat pasar yang lebih luas dari yang sebelumnya.

d. Bantuan Permodalan

Program ini bertujuan agar para pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya dan memanfaatkannya bantuan tersebut. Dengan tujuan dapat menumbuhkan dan juga membantu mengembangkan usaha agar usahanya dapat terlaksana dengan baik dan dapat berjalan dijalankan dengan tangguh dan mandiri. Dan juga dapat meningkatkan pemasukkan bagi pelaku usaha. Bantuan usaha yang diberikan pada masa pandemi covid-19 yaitu berupa bantuan BPUM dimana Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar yang menginput data tersebut dan dikirimkan ke Kementerian Koperasi dan UMKM. Dinas Koperindag memfasilitasi yang berwujud sarana dan prasarana untuk mendukung majunya perkembangan usaha dimana Dinas Koperindag sebagai penyedia data UMKM dimana dana tersebut dari pusat. Bantuan BPUM tersebut diberikan kepada semua sektor usaha yang terdampak covid-19. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Ibuk Helen Diana Mora, Sos berikut ini :

“dari Dinas Koperindag memberikan fasilitas halal dari kementerian koperasi ini contohnya nak habis itu bantuan-bantuan usaha mikro, adapun usulan mendapatkan bantuan pelaku usaha BPUM tahap I yaitu sebanyak 22.228 pada tahap II sebanyak 5.948 pada tahun 2020 sebanyak 66.700 yang sudah lalen kirim ke Kementerian Koperasi dan UKM, bantuan untuk pengembangan usahanya itu yaitu bantuan BPUM kemaren pada tahun 2020 yang sebesar Rp.2.400.000 dan pada tahun 2021 sebesar Rp.1.200.000”(Helen,Wawancara 22 juni 2021).

Berdasarkan pemaparan diatas, diketahui bahwa dalam kegiatan fasilitasi pengembangan UMKM ini dari Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar telah memberikan bantuan untuk kelancaran kegiatan

UMKM. Sesuai dengan yang dikatakan oleh KASI Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM berikut ini :

“kalau yang kami uji peti dari sebanyak 66.760 itu kami ambil 100 orang ternyata modal yang diberikan itu dijadikan untuk penambahan modal usaha”(Helen,wawancara 22 juni 2021).

Tujuan dari kegiatan fasilitas ini adalah agar pelaku usaha UMKM tersebut dapat mengembangkan usahanya dan memanfaatkan bantuan tersebut untuk membeli dan memfasilitasi kebutuhan yang diperlukan. Dengan harapan bantuan yang diberikan dapat digunakan untuk mengembangkan usaha tersebut dibandingkan usaha sebelumnya.

2. Kendala Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar Terhadap UMKM

Kendala merupakan sesuatu hal yang dapat menyebabkan jalannya kegiatan yang sudah dilaksanakan menjadi tidak efektif. Dalam kegiatan pengembangan UMKM oleh Dinas Koperindag, kendala itu berasal dari sumber daya manusia (SDM) pelaku usaha UMKM itu sendiri, yakni :

Rendahnya Jiwa Kewirausahaan

Para pelaku usaha UMKM sebagian besar memiliki keterbatasan segi pendidikan formal maupun dari segi pengetahuan, keterampilan, teknologi dan modal. Keadaan ini menyebabkan susah untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan secara maksimal bagi pelaku usaha UMKM tersebut. Sehingga, motivasi untuk berwirausaha menjadi tidak cukup kuat untuk meningkatkan usaha dan pangsa pasar. Sebagian besar pelaku usaha UMKM masih memiliki jiwa kewirausahaan yang rendah. Mereka belum berani untuk mengambil inovasi-inovasi baru untuk produksinya.

Beberapa pelaku usaha melakukan menggunakan tabungan sendiri dalam mengembangkan usahanya meskipun pihak bank menawarkan pinjaman tetapi beberapa pelaku usaha tidak mau. Meskipun begitu ada beberapa pelaku usaha yang melakukan pinjaman modal ke beberapa lembaga keuangan demi keberlangsungan usaha mereka.

Rendahnya jiwa kewirausahaan tersebut berdampak pada sulit berkembangnya para pelaku usaha tersebut dalam berusaha. Karena pada umumnya, masih ada ketakutan dalam diri mereka jika diajak untuk berinovasi. Kebanyakan dari mereka hanya menunggu fasilitas dari Pemerintah. Dalam hal ini ungkapan Ibuk Helen Diana Mora sebagai berikut :

“dari Dinas Koperindag kami memfasilitasinya dari mereka tidak ada modal menjadi ada modal, barang-barang yang belum ada dibantulah dengan peralatan oleh Bidang Industri. Contohnya ketika mesin jahit tidak ada dibantulah dengan memberi mesin jahit kepada pelaku usaha tersebut kan fis dan itu dari Bidang Industri. Tidak ada peralatan itu tergantung dari UMKM itu sendiri, mau maju atau tidak mau majunya UMKM itu”(Helen, wawancara 22 juni 2021).

Kurang tumbuhnya jiwa kewirausahaan akan berdampak pada perkembangan kreativitas yang dimiliki oleh pelaku usaha. Oleh karena itu mau maju atau tidak mau majunya pelaku usaha UMKM itu Dinas Koperindag perlu untuk mengadakan pelatihan-pelatihan tentang kewirausahaan dan memberikan bantuan untuk dijadikan modal bagi pelaku usaha dan memberikan bantuan teknologi untuk memproduksi barang tersebut. Hal itu tentu saja bertujuan agar jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh para pelaku usaha UMKM di Tanah Datar dapat tumbuh secara maksimal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian pada Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan sektor UMKM antara lain :

1. Strategi Perkuatan

Strategi Perkuatan yang dilakukan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dengan melakukan Promosi Produk.

2. Strategi Pemberdayaan

Strategi Pemberdayaan yang dilakukan Oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM. Program ini dilakukan dengan penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan.

3. Strategi Perlindungan

Strategi Perlindungan yang dilakukan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar dilaksanakan dalam program penciptaan iklim usaha yang kondusif dengan kegiatan fasilitasi pengembangan UMKM. Program ini dilakukan dengan memberikan fasilitas sarana dan prasarana.

4. Bantuan Permodalan

bantuan untuk mengembangkan usahanya berupa bantuan BPUM sebanyak Rp.2.400.000 pada tahun 2020 dan Rp.1.200.000 pada tahun 2021.

Sedangkan Kendala Dalam Pengembangan UMKM adalah Kurang tumbuhnya jiwa kewirausahaan akan berdampak pada perkembangan kreativitas yang dimiliki oleh pelaku usaha. Oleh karena itu mau maju atau tidak mau majunya pelaku usaha UMKM itu Dinas

Koperindag perlu untuk mengadakan pelatihan-pelatihan tentang kewirausahaan dan memberikan bantuan untuk dijadikan modal bagi pelaku usaha

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberi masukan saran sebagai berikut:

1. Bagi UMKM di Kabupaten Tanah Datar agar menjaga dan memanfaatkan secara maksimal Bantuan yang telah di berikan oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar untuk mengembangkan usaha mereka dan menambah omzet para pelaku UMKM .Karena bantuan tersebut tidak semua UMKM bisa mendapatkannya.
2. Dalam kaitannya dengan rendahnya jiwa kewirausahaan yang berdampak pada kurang beraninya UMKM dalam melakukan inovasi-inovasi baru terhadap produknya, bisa diatasi dengan ditambahkan intensitas pelaksanaan pelatihan atau bimbingan yang khusus mengajarkan tentang materi kewirausahaan secara intensif dan rutin. Sehingga kegiatan yang dilakukan akan dapat membantu untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan para pelaku usaha UMKM. Selain itu, materi yang disampaikan dalam setiap pelatihan hendaknya lebih bervariasi, agar pengetahuan yang diperoleh pun dapat beragam pula. Sehingga bukan hanya kuantitas operasionalnya yang diutamakan, tetapi juga kualitasnya perlu diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- abdullah, M. (2011). *Wirausaha Berbasis Syariah*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Abdurohim, D. (2020). *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Aditia Darma Nasution, D., & Rizqy Ramadhan, P. (2019). *Persepsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Tentang Akuntansi Di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjung Balai*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Agnes, S. (2010). *Analisis Keuangan Dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Puataka Umum.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategi*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Ahmadi, R. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ru Media.
- Alvonco, J. (2014). *Practical Communication Skill*. Jakarta: Gramedia.
- Alyas, & Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan. *Sosiohumaniora, Volume 19 No. 2 Juli 2017*, 115.
- Budiarto, R. (2015). *Pengembangan Umkm : Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grub.
- Bustomi, H. (2019). *Sebatik Volume 23 Nomer 2*. Samarinda: Pusat Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (P3M).
- Cahaya Lestari, K., & Muarifah Amri, A. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- D. Siswoyo, S., & Sistarani, M. (2020). *Manajemen Teknik*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Drs. Alam S., M. (2007). *Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Dwi Anggraeni, F., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP), VOL.1, No. 6*, 3.

- Fitrah, M., & Lutfiyah. (2017). *Metedologi Penelitian (Penelitian Kualitatif Tindakan Kelas Dan Studi Kasus*. Sukabumi: Jejak.
- Fursiana Salma Musfiroh, M., Wuragil, S., & Sabrina, L. (2018). *Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Perkembangan Umkm Di Kecamatan Banjarnegara*. Jawa Tengah: Mengku Bumi.
- Haris Nasution, A., Nisa, K., Zakariah, M., & Askari Zakariah, M. (2017). Kajian Strategi Zakat, Infaq, Shadaqah Dalam Pemberdayaan Umat. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah* , 24-25.
- Hery. (2015). *Analisis Kinerja Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Ibeng, P. (2020, Oktober Senin). <https://Pendidikan.Co.Id/Pengertian-Umkm/>. Retrieved Oktober Senin, 2020, From Umkm: Pengertian, Ciri, Kriteria, Jenis, Contoh Lengkap: <https://Pendidikan.Co.Id/Pengertian-Umkm/>
- Istianah. (2016). Shilaturrahim Sebagai Upaya Menyambungkan Tali Yang Putus. *Jurnal Studi Hadis Volume 2 Nomor 2 2016* , 202-209.
- Julyanthry, D. (2020). *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Juwono, O. (2011). Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba (Franchise) (Studi Kasus Di Restoran Cepat Saji Mcdonald's). *Jurnal Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba* , 4.
- Kara, M. (2013). Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan UMKM Di Kota Makassar. *Dalam Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum Vol. 47, No. 1 Juni 2013* , 272.
- Kusumawati, N., & Sri Maruti, E. (2019). *Strategi Belajar Mengajar Di Sekolah Dasar*. Jawa Timur: CV. AE MEDIA GRAFIKA.
- machmud, s. (2013). model kajian pendekatan manajemen strategik dalam peningkatan sektor UMKM di kota bandung. *dalam jurnal computech dan bisnis Vol. 7, No. 1 Juni 2013* , 58.
- Masita Dewi, D., & Wahdi, A. (2020). *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.

- muhsin muiz, m. (2014). *menjadi muslim profesional sesuai al-quran*. jakarta: pt alex media komputindo.
- novianto, e. (2019). *manajemen strategis*. yogyakarta: cv budi utama.
- Nur Ardhiyanto, W. (2019). *Buku Sakti Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- pranadita, n. (2018). *perumusan strategi perusahaan*. yogyakarta: cv budi utama.
- pratama, r. (2020). *pengantar manajemen*. yogyakarta: cv budi utama.
- Ritonga, Z. (2020). *manajemen strategi*. yogyakarta: cv budi utama.
- Riyadi, S. (2017). *Akuntansi Manajemen*. Sidoarjo: Zifatama.
- rulam, a. (2014). *metode penelitian kualitatif*. yogyakarta: ar-ru media.
- saeful rahmat, p. (2019). *strategi belajar mengajar*. surabaya: scopindo media pustaka.
- saifullah, m. (2010). kajian sejarah : etika bisnis dalam praktik mal bisnis muhammad. *jurnal pemikiran dan penelitian ekonomi islam nomor II /Edisi II/November2010* , 37.
- sri sedjati, r. (2019). *manajemen strategis*. yogyakarta: cv budi utama.
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* . bandung: alfabeta.
- sugiyono. (2014). *metode penelitian pendidikan*. bandung: alfabeta.
- sukidjo. (2004). Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Volume 2 Nomor 1 Agustus 2004*, 18-20
- Sulayman al-asyqar, U. (2014). *ikhlas memurnikan niat, meraih rahmat*. jakarta: pt serambi ilmu semesta.
- utari, d. (2014). *manajemen keuangan*. jakarta: mitra wacana media.
- waluyo. (2008). *akuntansi pajak*. jakarta: salemba empat.
- watrianthos, r., sutrisno, e., & DKK. (2020). *Kewirausahaan dan strategi bisnis*. medan: yayasan kita menulis.
- yudiana, f. e. (2013). *dasar-dasar manajemen keuangan*. yogyakarta: penerbit ombak.
- yunus, e. (2016). *manajemen strategis*. yogyakarta: ANDI OFFSET.