

Kode>Nama Rumpun Ilmu** : 579/Manajemen Lainnya
Bidang Unggulan* : Pelatihan dan Pengembangan Koperasi

**LAPORAN KEMAJUAN
PENELITIAN TERAPAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI
(PTUPT)**



**PENGEMBANGAN MODEL PELATIHAN MANAJEMEN DAN
PEMBERDAYAAN KOPERASI DALAM RANGKA MENINGKATKAN
PENGELOLAAN SENTRA UMKM DI JAWA TIMUR**

Tahun ke 1 dari Rencana 3 Tahun

Ketua Tim Peneliti : Dr. JFX. Susanto Soekiman, ST., MM. (0724075501)
Anggota : Dr. Dra. Sri Handini, MM. (0712115901)
: Dra. Indrarini Utoro Gustaman, MM. (0717055701)

Dibiayai oleh:
Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat
Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan
Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi
Sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2018
Nomor: 120/SP2H/LT/DRPM/2018 Tanggal 30 Januari 2018

**UNIVERSITAS Dr. SOETOMO SURABAYA
SEPTEMBER 2018**

RINGKASAN

Jawa Timur memiliki 6.825.931 UMKM dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 11.117.439 orang serta memiliki 27.461 koperasi aktif dengan jumlah anggota sebanyak 7.621.510 anggota. Hal ini menunjukkan bahwa peran koperasi seharusnya mampu mendorong aktivitas sentra UMKM tumbuh berkembang secara alami dan mendorong laju perekonomian di Jawa Timur. Pemberdayaan dan peran koperasi seharusnya dapat meningkatkan pengelolaan sentra UMKM lebih mandiri, namun realitanya masih belum optimal karena kendala kualitas sumberdaya manusia, akses pembiayaan, pola manajerial, peluang usaha dan akses informasi. Bimbingan dan pelatihan manajemen yang lebih aplikatif melalui pendampingan usaha bagi pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra UMKM merupakan kebutuhan yang sangat mendesak mengingat di era perkembangan lingkungan bisnis yang sifatnya dinamis dan persaingan usaha yang semakin ketat. Manajemen koperasi dan sentra UMKM masih jauh dari karakteristik manajerial yang memadai khususnya kualitas sumberdaya manusia, oleh karena itu model pelatihan manajemen dan pemberdayaan koperasi yang lebih efektif sangat diperlukan untuk mendorong dan menjadikan sentra UMKM tumbuh dan berkembang secara mandiri sehingga mampu memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat di Jawa Timur.

Tujuan tahun pertama (1) dari penelitian ini adalah merumuskan model pelatihan manajemen yang efektif bagi pelaku UMKM sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun), dimana kondisi riil sektor usaha koperasi dan pelaku UMKM yang ada pada sentra UMKM di Jawa Timur saat ini belum dikelola secara memadai, sehingga kontribusi nilai tambah usahanya masih sangat rendah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dipergunakan untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya adalah untuk mencari gambaran yang sistematis, fakta yang akurat dengan obyek penelitian tentang model pengelolaan industri pariwisata. Adapun metodenya adalah : (a) mengidentifikasi karakteristik manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM, (b) merumuskan model pelatihan manajemen yang efektif bagi pengelolaan pelaku UMKM pada sentra UMKM (c) menguji efektivitas model pelatihan manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM (d) evaluasi dan penyempurnaan model pelatihan manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM dan (e) membakukan model pelatihan manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM yang akan diimplementasikan pada sentra UMKM di Jawa Timur.

Hasil penelitian yang dicapai sampai dengan Laporan Kemajuan ini adalah telah teridentifikasinya karakteristik dan mapping pelaku usaha UMKM yang berlokasi pada sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, kota/kabupaten Madiun) pada aspek pelatihan manajemen serta dirumuskannya model pelatihan yang efektif dengan penekanan pada pendampingan usaha secara langsung pada lokasi usaha.

Kata kunci : Model pelatihan yang efektif, pendampingan usaha dan pemberdayaan UMKM

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa atas terselesainya pelaksanaan penelitian Desentralisasi dalam bentuk Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) sampai dengan Laporan Kemajuan berkaitan dengan penyerapan dana sebesar 70% yang telah didanai oleh DP2M Ditjen Dikti untuk tahun anggaran / tahun pelaksanaan 2018.

Terselesainya pelaksanaan atau kegiatan penelitian sampai dengan Laporan Kemajuan ini tidak terlepas dari peran dan sumbangsih Kementerian Riset dan Teknolodi Republik Indonesia melalui Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Jakarta, yang telah gencar memberikan dana hibah kepada peneliti melalui DIPA-042.06.1.401516/2018, tanggal 5 Desember 2017 sehingga kami sebagai tim peneliti dari perguruan tinggi dapat melaksanakan kegiatan penelitian kami dengan baik dan dapat terselesaikan Laporan Kemajuan sesuai dengan tenggang waktu yang telah ditetapkan.

Salah satu tujuan penelitian yang kami lakukan ini adalah sebagai bagian pengembangan ilmu dan pengayaan bahan pembelajaran di dunia perguruan tinggi serta sebagai bahan utama untuk kegiatan publikasi ilmiah dosen/peneliti dalam mengembangkan kegiatan pembelajaran yang berkesinambungan ke depan.

Semoga hasil penelitian ini bisa membawa manfaat bagi semua pihak, dalam kegiatan pembelajaran, pengembangan ilmu, publikasi ilmiah maupun bagi peneliti yang lain di kemudian hari.

Surabaya, September 2018
Tim Peneliti.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan.....	iii
Prakata.....	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Khusus	13
1.4 Urgensi Penelitian.....	14
1.5 Luaran	15
1.6 Realisasi Capaian Tahun Pertama.....	15
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	17
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	17
2.1.2 Fungsi Manajemen.....	18
2.1.3 Pelatihan	20
2.1.4 Kewirausahaan	25
2.1.5 Koperasi Dan UMKM	28
2.1.6 Sentra UMKM	40
2.1.7 Industri Kreatif Dan Kearifan Lokal	48
2.1.8 Pemberdayaan Masyarakat	51
2.1.8.1 Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	58
2.1.8.2 Pemberdayaan Koperasi Dan UMKM	61
2.2 Kajian Empiris	67
2.3 Renstra Penelitian Perguruan Tinggi	68
2.3.1 Roadmap Penelitian Institusi Dan Unggulan Fakultas Ekonomi	68
2.3.2 Pentingnya Riset Yang Diusulkan	69
2.4 Roadmap Penelitian	70
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	
3.1 Tujuan Penelitian	71
3.2 Manfaat Penelitian	72
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1 Jenis Penelitian.....	74
4.2 Obyek Penelitian Dan Nara Sumber	77
4.3 Instrumen Penelitian	77

4.4 Sampel Penelitian Dan Sumber Data.....	78
4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	81
4.6 Desain Instrumen Penelitian	82
4.6.1 Aspek Metode (format) Pelatihan	83
4.6.2 Aspek Tempat/Lokasi Pelatihan	85
4.6.3 Aspek Penyelenggara Pelatihan	85
4.6.4 Aspek Materi Pelatihan.....	86
4.6.5 Aspek Peserta Pelatihan.....	87
4.6.6 Aspek Orientasi Pelatihan	88
4.7 Teknik Analisis Data.....	89

BAB V. HASIL YANG DICAPAI

5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	93
5.1.1 Sentra UMKM Kota Surabaya	96
5.1.2 Sentra UMKM Kabupaten Sidoarjo	102
5.1.3 Sentra UMKM Kota/Kabupaten Majokerto	109
5.1.4 Sentra UMKM Kota/Kabupaten Kediri	112
5.1.5 Sentra UMKM Kota/Kabupaten Madiun	116
5.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	120
5.2.1 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Lokasi Usaha	121
5.2.2 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Lamanya Usaha	121
5.2.3 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Umur Pengusaha.....	122
5.2.4 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Sifat Usaha	123
5.2.5 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Bidang Usaha	123
5.2.6 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Gender	124
5.2.7 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Aspek Metode Pelatihan.....	124
5.2.8 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Aspek Tempat/Lokasi Pelatihan	127
5.2.9 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Aspek Penyelenggara Pelatihan	128
5.2.10 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Aspek Materi Pelatihan	130
5.2.11 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Aspek Peserta Pelatihan	132
5.2.12 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha UMKM Berdasarkan Aspek Orientasi Pelatihan	134
5.3 Analisis Data Dan Pembahasan Penelitian	136
5.3.1 Aspek Perumusan Model	137
5.3.2 Tahap Perumusan Model.....	137
5.3.3 Merumuskan Efektivitas Model.....	137
5.3.3.1 Mapping Aspek Metode Pelatihan	137
5.3.3.2 Mapping Aspek Tempat/Lokasi Pelatihan	140
5.3.3.3 Mapping Aspek Penyelenggara Pelatihan	142

5.3.3.4	Mapping Aspek Materi Pelatihan	144
5.3.3.5	Mapping Aspek Peserta Pelatihan	147
5.3.3.6	Mapping Aspek Orientasi pelatihan	149
5.3.4	Konsep Model Pengelolaan Industri Pariwisata	151
5.3.4.1	Redesain Model Pelatihan	151
5.3.4.2	Implementasi Model dan Monev Pelatihan	153
5.3.4.3	Pengembangan Model pelatihan	153
5.3.5	Pengujian Efektivitas Model	154
5.3.6	Evaluasi Efektivitas Model	160
5.3.7	Deskripsi Model Pelatihan Manajemen Yang Efektif	163
5.3.7.1	Membakukan Redesain Model Pelatihan	163
5.3.7.2	Membakukan Implementasi Model Pelatihan	163
5.3.7.3	Membakukan Pengembangan Model Pelatihan ..	163
5.4	Capaian Luaran Penelitian	163
5.5	Rekomendasi	165
BAB VI. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA		
6.1	Aspek Penelitian Tahun Berikutnya	169
6.2	Rincian Metode Penelitian Tahun Kedua	169
6.3	Rincian Metode Penelitian Tahun Ketiga	170
6.4	Detail Kegiatan Penelitian Tahun Kedua.....	171
6.5	Detail Kegiatan Penelitian Tahun Ketiga	172
BAB VII. PENUTUP		
7.1	Kesimpulan	174
7.2	Rekomendasi.....	176
DAFTAR PUSTAKA		178

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Koperasi Aktif Menurut Provinsi Tahun 2010-2106	2
Tabel 1.2	Data Keragaan Koperasi Di Jawa Timur Tahun 2015	3
Tabel 1.3	Data Jumlah Koperasi Di Jawa Timur.....	4
Tabel 1.4	Perkembangan Pendayagunaan Industri Di Jawa Timur	7
Tabel 1.5	Perkembangan Kredit UMKM Di Jawa Timur	8
Tabel 1.6	Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012 – 2013	9
Tabel 1.7	Rencana Target Capaian	16
Tabel 2.1	Ragam Pengertian UMKM Menurut Beberapa Lembaga Dan Peneliti	39
Tabel 2.2	<i>Roadmap</i> Penelitian (tahun 2016-2020).....	69
Tabel 4.1	Rincian metode penelitian pada tahun pertama (1)	76
Tabel 4.2	Kelompok Usaha Pada Sentra UMKM	78
Tabel 4.3	Skoring Skala Guttman.....	81
Tabel 4.4	Disain Instrumen Penelitian	83
Tabel 4.5	Rincian Metode Penelitian Pada Tahun Pertama (I)	91
Tabel 5.1	Kondisi Perekonomian Provinsi Se- Jawa Dan Nasional.....	93
Tabel 5.2	Jumlah UMKM Provinsi Jawa Timur Menurut Sektor Dan Kabupaten/Kota	94
Tabel 5.3	Jumlah Tenaga UMKM Menurut Sektor Dan Kabupaten/Kota....	95
Tabel 5.4	Jumlah UMKM Provinsi Jawa Timur	95
Tabel 5.5	Perkembangan Industri Menurut Kelompok Industri, 2016.....	110
Tabel 5.6	Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	121
Tabel 5.7	Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha .	121
Tabel 5.8	Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pengusaha	122
Tabel 5.9	Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Sifat Usaha	123
Tabel 5.10	Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha	123
Tabel 5.11	Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	124
Tabel 5.12	Data Jawaban Responden Atas Aspek Metode Pelatihan.....	125
Tabel 5.13	Data Jawaban Responden Atas Aspek Tempat Pelatihan	127
Tabel 5.14	Data Jawaban Responden Atas Aspek Penyelenggara Pelatihan ..	128
Tabel 5.15	Data Jawaban Responden Atas Aspek Materi Pelatihan	130
Tabel 5.16	Data Jawaban Responden Atas Aspek Peserta Pelatihan	132

Tabel 5.17	Data Jawaban Responden Atas Aspek Orientasi Pelatihan	134
Tabel 5.18	Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Metode Pelatihan.....	137
Tabel 5.19	Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Tempat Pelatihan.....	140
Tabel 5.20	Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Penyelenggara Pelatihan	142
Tabel 5.21	Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Materi Pelatihan	144
Tabel 5.22	Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Peserta Pelatihan	147
Tabel 5.23	Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Orientasi Pelatihan	149
Tabel 5.24	Persepsi Responden Atas Model Pelatihan Yang Efektif.....	156
Tabel 6.1	Rincian Metode Penelitian Tahun Kedua (II).....	170
Tabel 6.2	Rincian Metode Penelitian Tahun Ketiga (III)	170

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Lokasi Penelitian	12
Gambar 2.1 Fungsi Manajemen	18
Gambar 2.2 Langkah-Langkah Pelaksanaan Pelatihan/Pengembangan	23
Gambar 2.3 Dinamika Internal – Eksternal Kluster Industri Kecil.....	43
Gambar 2.4 <i>Roadmap</i> Riset Unggulan tema: Pengentasan Kemiskinan	68
Gambar 2.5 <i>Roadmap</i> Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi Tahun 2018-2020	70
Gambar 4.1 Skema Penelitian	74
Gambar 4.2 Diagram Sistematika Penelitian dalam kurun waktu tiga tahun	75
Gambar 5.1 Pertumbuhan Ekonomi Jawa Timur Dan Nasional	93
Gambar 5.2 Mapping Sentra UMKM Di Kota Surabaya.....	97
Gambar 5.3 Mapping Sentra UMKM Di Kota Surabaya.....	98
Gambar 5.4 Sentra UMKM MERR Kota Surabaya.....	101
Gambar 5.5 Sentra UMKM Bulak Kenjeran Surabaya.....	101
Gambar 5.6 Mapping Sentra UMKM Di Kabupaten Sidoarjo.....	102
Gambar 5.7 Sentra UMKM Batik Jetis Sidoarjo	104
Gambar 5.8 Sentra UMKM Sandal Wedoro Sidoarjo	105
Gambar 5.9 Produk Sentra UMKM Logam Ngingas Waru Sidoarjo	105
Gambar 5.10 Skema Program Pendampingan Usaha YDBA.....	106
Gambar 5.11 Mapping Sentra UMKM Di Kab/Kota Mojokerto.....	110
Gambar 5.12 Produk Sentra UMKM Di Kota/Kabupaten Mojokerto	111
Gambar 5.13 Mapping Sentra UMKM Di Kab/Kota Kediri.....	113
Gambar 5.14 Produk UMKM Kota/Kabupaten Kediri	116
Gambar 5.15 Mapping Sentra UMKM Di Kab/Kota Madiun	118
Gambar 5.16 Produk UMKM Batik Kota Madiun	119
Gambar 5.17 Produk UMKM Batik Kabupaten Madiun	119
Gambar 5.18 Produk UMKM Mamin Kota Madiun	120
Gambar 5.19 Konsep Model Pelatihan Manajemen Yang Efektif	151
Gambar 5.20 Capaian Luaran Penelitian	164
Gambar 6.1 Diagram sistematika penelitian dalam kurun waktu dua tahun berikutnya	169

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di berbagai sektor usaha sekarang ini bisa dibilang sangat ketat pasca memasuki era globalisasi yang hampir dirasakan oleh para pelaku usaha, baik usaha skala besar, menengah, kecil maupun mikro. Persaingan sekarang bukan hanya muncul dari para pelaku usaha yang ada di dalam negeri saja, akan tetapi sekarang mulai dirasakan munculnya para pelaku usaha dari luar negeri yang juga sudah banyak beroperasi di dalam negeri sehingga hal ini menambah semakin ketatnya persaingan usaha diantara para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Untuk dapat terus mempertahankan eksistensinya dalam menjalankan kegiatan usaha, maka para pelaku usaha harus membekali diri dengan berbagai kemampuan, diantaranya kemampuan manajerial, *hardskill* maupun *softskill*, sehingga diharapkan dengan bekal kemampuan yang mereka miliki, para pelaku usaha akan selalu mampu menjadikan usahanya siap bersaing dan usahanya serta produk yang dihasilkannya memiliki daya saing.

Jawa Timur salah satu propinsi yang memiliki 6.825.931 UMKM dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 11.117.439 orang serta memiliki 27.461 koperasi aktif dengan jumlah anggota sebanyak 7.621.510 anggota. Kendala pengembangan koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur masih tetap pada kendala klasik yaitu: a) kualitas pada sumberdaya manusia yang rendah, b) akses pembiayaan yang terbatas, c) model manajemen yang tidak memadai, d) peluang usaha dan akses informasi rendah dan e) program pelatihan dan pendampingan yang tidak berkelanjutan. Tata kelola usaha koperasi dan sentra UMKM membutuhkan model manajerial yang aplikatif, sederhana dan mudah, karena pelaku sektor koperasi dan sentra UMKM memiliki karakteristik yang bersifat spesifik dan unik.

Dengan jumlah UMKM yang cukup besar tersebut, mestinya hal ini dapat dijadikan sebagai pengungkit perekonomian Jawa Timur dan yang tidak kalah pentingnya adalah meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha Koperasi dan UMKM sendiri. Namun demikian kondisi riil yang banyak kita jumpai di lapangan tidak demikian halnya. Hal ini disebabkan karena banyak kita jumpai di lapangan Koperasi yang tidak aktif maupun UMKM yang tidak berkembang skala usahanya dari waktu ke waktu. Kondisi ini banyak disebabkan karena kesalahan dan ketidakmampuan di bidang manajerial dari para pelaku usaha Koperasi dan UMKM dalam menjalankan kegiatan usahanya. Akan tetapi pertumbuhan jumlah usaha Koperasi dan UMKM setiap tahun senantiasa selalu mengalami peningkatan. Data dari

Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan bahwa jumlah Koperasi mengalami pertumbuhan dari periode tahun 2010 – 2016.

Tabel 1.1 Jumlah Koperasi Aktif Menurut Provinsi Tahun 2010-2106

Provinsi	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Aceh	3 381 r	3 659	3 583	3 913	3 764	4 490	4 076
Sumatera Utara	6 222	6 391	6 395	6 678	6 708	6 285	6 394
Sumatera Barat	2 319 r	2 366	2 494	2 641	2 621	2 723	2 916
Riau	3 282 r	3 417	3 541	3 532	3 094	3 051	3 365
Jambi	2 346 r	2 357	2 435	2 272	2 291	2 263	2 483
Sumatera Selatan	3 160 r	3 461	4 609	4 227	4 336	4 450	4 027
Bengkulu	1 313 r	1 379	1 415	1 608	1 686	1 709	1 773
Lampung	1 996	2 249	2 249	2 875	3 041	2 760	3 006
Kepulauan Bangka Belitung	633 r	707	745	805	836	812	821
Kepulauan Riau	1 372	1 444	1 444	1 173	1 391	1 125	1 706
DKI Jakarta	4 790	5 021	5 177	5 579	5 645	6 016	5 692
Jawa Barat	14 771	14 856	15 051	15 130	15 633	16 855	15 914
Jawa Tengah	19 617 r	19 679	21 146	21 832	22 563	23 059	21 402
DI Yogyakarta	1 926 r	1 926	2 061	2 172	2 269	2 369	2 347
Jawa Timur	19 437 r	25 052	25 154	25 552	27 140	27 472	27 138
Banten	4 083	4 298	4 298	4 578	3 895	4 168	4 442
Bali	3 632 r	3 766	3 970	4 202	4 401	4 327	4 460
Nusa Tenggara Barat	2 848 r	2 693	3 186	2 627	2 283	2 385	3 228
Nusa Tenggara Timur	1 487 r	1 800	2 122	2 408	2 818	3 394	2 869
Kalimantan Barat	2 302	2 363	2 529	2 697	2 871	2 944	3 023
Kalimantan Tengah	1 718 r	1 894	1 999	2 186	2 268	2 405	2 635
Kalimantan Selatan	1 493 r	1 578	1 616	1 633	1 669	1 769	1 748
Kalimantan Timur	3 458	3 458	3 458	3 950	3 524	3 501	3 931
Kalimantan Utara	-	-	-	... ¹	426	512	417
Sulawesi Utara	3 185 r	2 970	3 359	3 396	3 426	2 927	3 470
Sulawesi Tengah	1 198 r	1 197	1 295	1 323	1 470	1 495	1 467
Sulawesi Selatan	5 105 r	5 523	5 442	5 051	5 318	5 404	6 164
Sulawesi Tenggara	2 323 r	2 510	2 510	2 443	2 616	2 697	3 337
Gorontalo	666 r	682	707	706	741	644	878
Sulawesi Barat	447	513	534	705	735	735	809
Maluku	1 870 r	1 912	2 090	2 160	2 370	2 418	2 661
Maluku Utara	778 r	848	820	777	831	640	760
Papua Barat	515	515	515	610	785	708	2 122
Papua	1 182 r	1 182	1 372	1 676	1 784	1 711	759
Indonesia	124 855 r	133 666	139 321	143 117	147 249	150 223	152 240

Sumber : Kementerian Koperasi

Berdasarkan data tabel 1.1 diatas, nampak bahwa untuk wilayah provinsi Jawa Timur jumlah Koperasi mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun selama periode tahun 2010 – 2016, bahkan untuk seluruh wilayah provinsi yang ada di Indonesia, pertumbuhan Koperasi di Jawa Timur paling besar jumlahnya. Hal ini menunjukkan bahwa sektor usaha Koperasi di Jawa Timur masih banyak diminati oleh masyarakat baik pelaku usaha Koperasi maupun masyarakat dalam mendapatkan dana pinjaman.

Tabel 1.2 Data Keragaan Koperasi Di Jawa Timur Tahun 2015

Perkembangan Keragaan Koperasi				
No	Uraian	Satuan	2015	2016
1	Total Koperasi		31.171	31.218
	a. Koperasi Aktif	Unit	27.461	27.508
	b. Koperasi Tdk Aktif	Unit	3.710	3.710
2	Anggota	Org/Kop	7.621.510	7.623.830
3	RAT	Kop	11.288	12.804
4	Manager	Orang	7.846	5.365
5	Karyawan	Orang	149.047	59.676
6	Modal Sendiri	Rp.000	17.205.631.627	15.805.061.200
7	Modal Luar	Rp.000	39.590.073.540	18.087.679.530
8	Total Asset	Rp.000	56.795.705.167	33.892.740.730
9	Volume Usaha	Rp.000	117.194.308.403	46.469.500.542
10	S H U	Rp.000	103.574.580.677	15.846.447.105

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur

Total usaha koperasi di Jawa Timur tahun 2016 mencapai 31.218 unit tumbuh 0,15 persen. Dengan demikian, total sisa hasil usaha (SHU) mencapai Rp. 15,85 triliun dengan keseluruhan modal sendiri yang dimiliki mencapai Rp. 15,81 triliun naik 4,33 persen dan modal luar mencapai Rp. 18,09 triliun. Sementara itu total asset yang dimiliki Rp. 33,89 triliun dengan volume usahanya senilai Rp. 46,47 triliun.

Tabel 1.3 Data Jumlah Koperasi Di Jawa Timur

No	Lokasi Koperasi	Aktif (Unit)	Tidak Aktif (Unit)	Jumlah Koperasi (Unit)
1	KOTA SURABAYA	1.427	184	1.611
2	GRESIK	1.099	98	1.197
3	SIDOARJO	1.151	202	1.353
4	JOMBANG	784	26	810
5	MOJOKERTO	766	77	843
6	KOTA MOJOKERTO	141	43	184
7	BOJONEGORO	1.100	36	1.136

8	TUBAN	827	241	1.068
9	LAMONGAN	913	115	1.028
10	PAMEKASAN	563	22	585
11	BANGKALAN	723	64	787
12	SAMPANG	421	30	451
13	SUMENEP	904	218	1.122
14	KEDIRI	939	197	1.136
15	KOTA KEDIRI	431	42	473
16	BLITAR	819	63	882
17	KOTA BLITAR	271	43	314
18	TULUNGAGUNG	890	140	1.030
19	NGANJUK	717	211	928
20	TRENGGALEK	440	169	609
21	MALANG	1.058	65	1.123
22	KOTA MALANG	651	129	780
23	PASURUAN	847	72	919
24	KOTA PASURUAN	253	74	327
25	PROBOLINGGO	535	116	651
26	KOTA PROBOLINGGO	238	67	305
27	LUMAJANG	523	49	572
28	MADIUN	628	87	715
29	KOTA MADIUN	344	4	348
30	PONOROGO	873	46	919
31	PACITAN	424	29	453
32	NGAWI	658	67	725
33	MAGETAN	716	85	801
34	JEMBER	1.577	287	1.864
35	BONDOWOSO	784	73	857
36	BANYUWANGI	772	94	866
37	SITUBONDO	546	72	618
38	KOTA BATU	157	21	178
39	KOP LINTAS KAB/KOTA	562	52	614
	JUMLAH	27.508	3.710	31.218

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur

Berdasarkan ilustrasi Tabel 1.2 dan tabel 1.3 diatas, nampak bahwa potensi usaha sektor Koperasi di Jawa Timur cukup besar dan masih dapat dikembangkan dimasa-masa mendatang.

Dengan jumlah koperasi terbanyak di dunia yaitu 209.000 unit, di Indonesia koperasi justru terpuruk. Apabila dikelola dengan baik sumbangan koperasi dapat mencapai 68% total GDP seperti di Denmark. Hal ini terjadi karena koperasi di Indonesia banyak yang tidak aktif, justru sering dipakai sebagai akal-akalan untuk merampok dana subsidi pemerintah.

Fenomena tersebut menjelaskan bahwa pertumbuhan kuantitas koperasi tidak diimbangi dengan pertumbuhan kualitas yang baik sehingga banyak koperasi yang pasif. Salah satu kendalanya kurangnya partisipasi anggota dalam kehidupan berkoperasi, padahal partisipasi anggota sangat penting peranannya untuk memajukan dan mengembangkan koperasi.

Berdasar data per Desember 2017, jumlah koperasi aktif di Indonesia ada sebanyak 153.171 unit dengan jumlah anggota 26.535.640 orang. Dan berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, kontribusi sektor koperasi terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) per triwulan III 2017 mencapai 4,48 persen. Adapun nilai PDB nasional per triwulan III 2017 mencapai Rp10.096 triliun. Dengan demikian, kontribusi sektor koperasi terhadap PDB Nasional, berdasar data per triwulan III 2017, nilainya setara Rp452 triliun.

Angka ini sedikit lebih baik dibandingkan kontribusi koperasi terhadap PDB di periode yang sama pada 2016, yakni 3,99 persen. Artinya, kenaikan kontribusi sektor koperasi terhadap PDB pada tahun ini mengalami kenaikan sekitar 0,5 persen dibanding 2016.

Namun, besarnya jumlah koperasi di Indonesia masih belum memberi kontribusi signifikan. Angka Produk Domestik Bruto (PDB) koperasi Indonesia terhadap negara masih kecil apabila dibandingkan dengan negara lain, Denmark misalnya dimana sumbangan koperasi terhadap PDB negaranya mencapai 6,7 persen. Upaya pemerintah melalui Kemenkop UKM sebenarnya telah banyak dilakukan dalam upaya membenahi kinerja koperasi yang ada di Indonesia, antara lain perlunya reformasi total terhadap koperasi di Indonesia. Dimana dalam reformasi total terhadap koperasi ini ada tiga hal yang harus dilakukan untuk perbaikan untuk mengembalikan citra koperasi, yaitu rehabilitasi, reorientasi dan pengembangan.

Rehabilitasi terkait dengan membenahi *database* koperasi mengingat banyaknya koperasi yang tidak aktif. Namun, catatan Kemenkop, jumlah koperasi yang tidak aktif semakin turun. Hal ini menunjukkan itikad untuk perbaikan dan bangkit kembali. Persoalan reorientasi, dengan merubah pola pikir yang mementingkan kualitas daripada kuantitas. Banyak berdiri koperasi namun kurang memperhatikan kualitasnya. Perihal pengembangan koperasi, berkaitan dengan perlunya koperasi Indonesia lebih membuka diri dan bisa bekerjasama dengan berbagai pihak. Mengutip pidato Bung Hatta, Bapak Koperasi Indonesia yang mengatakan bahwa perekonomian sebagai usaha bersama dengan berdasarkan kekeluargaan adalah koperasi, karena koperasilah yang menyatakan kerja sama antara mereka yang berusaha sebagai suatu keluarga. "Makmur koperasinya, makmurlah hidup mereka bersama, rusak koperasinya, rusaklah hidup mereka bersama."

Koperasi di Indonesia berperan strategis dalam menggerakkan denyut nadi perekonomian masyarakat serta pembangunan nasional selama bertahun-tahun sejak kemerdekaan Indonesia. Peran dan fungsi koperasi tidak hanya sebatas pada aktivitas ekonomi belaka, akan tetapi juga sebagai manifestasi semangat kolektif, kebersamaan, dan prinsip keadilan yang berakar pada masyarakat kita, yaitu gotong royong.

Koperasi memiliki fungsi dan peran dalam membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk dapat meningkatkan taraf hidup serta kesejahteraan ekonomi dan sosial. Untuk mencapai tujuan tersebut, koperasi dituntut meningkatkan kemandiriannya. Kemandirian koperasi dapat dicapai dengan jalan mengembangkan kegiatan usaha yang menguntungkan dan menerapkan prinsip-prinsip manajerial yang baik.

Demikian juga perkembangan sektor UMKM selama ini sungguh menggembirakan. Peningkatan peran dan kegiatan usaha sektor UMKM semakin nampak khususnya sejak krisis tahun 1997. Di tengah-tengah proses restrukturisasi sektor korporat dan BUMN yang berlangsung lambat, sektor UMKM telah menunjukkan perkembangan yang terus meningkat dan bahkan mampu menjadi penopang pertumbuhan ekonomi nasional. Sementara itu, kemajuan yang dicapai dalam restrukturisasi di sektor keuangan, khususnya industri perbankan, telah pula mampu menyediakan kebutuhan pembiayaan dengan tingkat pertumbuhan dan porsi yang lebih besar untuk UMKM.

Perkembangan inilah yang menjadi pendorong bagi peningkatan pertumbuhan dan peran sektor UMKM dalam perekonomian nasional. Ke depan, momentum ini harus dipertahankan dan ditingkatkan. Pertumbuhan dan peran sektor UMKM di dalam perekonomian nasional harus terus ditingkatkan, tidak saja karena ketangguhannya dalam menghadapi berbagai kejutan ekonomi tetapi juga kemampuannya yang lebih besar dalam menyediakan lapangan kerja dan mengatasi masalah kemiskinan. Apalagi dengan komitmen dan strategi yang lebih kuat dari Pemerintah yang baru, iklim investasi dan kegairahan usaha dalam UMKM, diyakini akan jauh lebih baik.

Tabel 1.4 Perkembangan Pendayagunaan Industri Di Jawa Timur

No	Uraian	Satuan	2013	2014	2015	2016
1	Industri Kecil Dan Kerajinan Rumah Tangga					
	Unit Usaha	Unit	785.906	789.837	790.991	791.591
	Tenaga Kerja	Orang	1.806.045	1.815.076	1.821.406	1.825.346
	Nilai Produksi	Milyar	73.057	73.423	73.850	74.226
	Nilai Investasi	Milyar	27.783	27.922	28.096	28.217
2	Industri Menengah					
	Unit Usaha	Unit	16.484	16.566	19.146	20.402
	Tenaga Kerja	Orang	951.666	956.424	961.122	964.871
	Nilai Produksi	Milyar	54.811	55.085	55.655	56.154
	Nilai Investasi	Milyar	18.883	18.977	19.160	19.242
3	Industri Besar					
	Unit Usaha	Unit	1.064	1.075	1.136	1.147
	Tenaga Kerja	Orang	357.970	361.549	368.393	373.294
	Nilai Produksi	Milyar	83.291	84.124	84.552	84.769
	Nilai Investasi	Milyar	20.170	20.372	20.446	20.534
4	Total Industri					
	Unit Usaha	Unit	803.454	807.478	811.273	813.140
	Tenaga Kerja	Orang	3.115.681	3.133.049	3.151.221	3.163.511
	Nilai Produksi	Milyar	211.159	212.632	214.057	215.149
	Nilai Investasi	Milyar	66.836	67.271	67.702	67.993
5	Dagang Kecil Menengah					
	Unit Usaha	Unit	310.509	311.338	313.102	-
6	Perusahaan					
	Dagang Besar	Unit	16.270	17.027	19.370	-
7	Sarana Perdagangan					
	Pasar Tradisional	Buah	1.647	1.730	1.732	-
	Pasar Modern, Super Market, Mall, Plasa,	Buah	2.935	3.376	3.588	-

Departement Store dll						
-----------------------	--	--	--	--	--	--

Sumber : Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur (Jawa Timur Dalam Angka Triwulan I Tahun 2017)

Berdasarkan ilustrasi tabel 1.4 diatas, menunjukkan bahwa sektor industri di Jawa Timur untuk periode tahun 2013 – 2016 mengalami perkembangan yang cukup baik, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil dan menengah

Optimisme prospek perkembangan sektor industri, khususnya UMKM ke depan seperti ini jelas memerlukan penguatan peran dan strategi pembiayaan, khususnya dari industri perbankan, untuk mendukungnya.

Tabel 1.5 Perkembangan Kredit UMKM Di Jawa Timur

Uraian	2015				2016			
	TW 1	TW 2	TW 3	TW 4	TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
Kredit UMKM (Trilyun Rp.) - Bank Pelapor	94,19	98,67	100,21	103,93	104,14	110,47	112,48	117
NPL UMKM Gross (%)	4,2	4,42	4,47	3,67	3,95	3,67	3,74	3,21

Sumber : Bank Indonesia Timur (Jawa Timur Dalam Angka Triwulan I Tahun 2017)

Berdasarkan ilustrasi tabel 1.5 diatas, menunjukkan bahwa jumlah penyaluran kredit dan pembiayaan untuk usaha UMKM di Jawa Timur selama kurun waktu periode tahun 2015 – 2016 mengalami peningkatan per triwulannya. Peningkatan pembiayaan untuk usaha UMKM ini disertai juga dengan rendahnya tingkat *Non Performing Loan* (NPL) atas kredit yang diberikan yakni rata-rata dibawah 5%. Hal ini menunjukkan bahwa sektor usaha UMKM di Jawa Timur cukup potensial untuk dikembangkan dan difasilitasi dengan berbagai macam skem pembiayaan pinjaman.

Selain penyediaan pembiayaan, hal yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan UMKM ke depan adalah perlunya pemerintah memberikan pelatihan, dan pembinaan serta pendampingan usaha bagi sektor usaha koperasi dan UMKM secara kontyinyu dan berkelanjutan sehingga sektor ini mampu secara mandiri untuk melakukan kegiatan usahanya di tengah-tengah arus globalisasi yang terjadi sekarang ini. Kemandirian sektor UMKM ini sangatlah diperlukan dengan harapan sektor ini akan mampu memberikan kontribusi yang lebih besar pada PDB dan diharapkan dapat menjadi pengungkit kegiatan perekonomian secara nasional. Hal ini sejalan dengan semangat dan upaya pemerintah dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Penciptaan iklim usaha UMKM merupakan program pemerintah dalam memberikan kesempatan berusaha yang efisien sehat dalam persaingan dan non diskriminatif untuk

perkembangan usaha UMKM. Hal ini semata-mata dilakukan untuk mendorong tumbuh dan berkembangnya sektor UMKM di seluruh wilayah Indonesia sehingga sumbangan sektor UMKM ini terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) diharapkan mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Tabel 1.6 Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012 - 2013

NO	INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2012 ^(*)		TAHUN 2013 ^(**)		PERKEMBANGAN TAHUN 2012-2013	
			JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	(%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	56.539.560		57.900.787		1.361.227	2,41
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	56.534.592	99,99	57.895.721	99,99	1.361.129	2,41
	- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)	55.856.176	98,79	57.189.393	98,77	1.333.217	2,39
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	629.418	1,11	654.222	1,13	24.803	3,94
	- Usaha Menengah(UM)	(Unit)	48.997	0,09	52.106	0,09	3.110	6,35
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	4.968	0,01	5.066	0,01	98	1,97
2	TENAGA KERJA (A+B)	(Orang)	110.808.154		117.681.244		6.873.090	6,20
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Orang)	107.657.509	97,16	114.144.082	96,99	6.486.573	6,03
	- Usaha Mikro (UMi)	(Orang)	99.859.517	90,12	104.624.466	88,90	4.764.949	4,77
	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	4.535.970	4,09	5.570.231	4,73	1.034.262	22,80
	- Usaha Menengah(UM)	(Orang)	3.262.023	2,94	3.949.385	3,36	687.363	21,07
	B. Usaha Besar (UB)	(Orang)	3.150.645	2,84	3.537.162	3,01	386.517	12,27
3	PDB ATAS DASAR HARGA BERLAKU (A+B)	(Rp. Milyar)	8.241.864,3		9.014.951,2		773.086,9	9,38
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	4.869.568,1	59,08	5.440.007,9	60,34	570.439,8	11,71
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	2.951.120,6	35,81	3.326.564,8	36,90	375.444,2	12,72
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	798.122,2	9,68	876.385,3	9,72	78.263,1	9,81
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	1.120.325,3	13,59	1.237.057,8	13,72	116.732,5	10,42
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	3.372.296,1	40,92	3.574.943,3	39,66	202.647,2	6,01
4	PDB ATAS DASAR HARGA KONSTAN 2000 (A+B)	(Rp. Milyar)	2.525.120,4		2.670.314,8		145.194,4	5,75
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	1.451.460,2	57,48	1.536.918,8	57,56	85.458,5	5,89
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	790.825,6	31,32	807.804,50	30,25	16.978,9	2,15
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	294.260,7	11,65	342.579,19	12,83	48.318,5	16,42
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	366.373,9	14,51	386.535,07	14,48	20.161,1	5,50
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	1.073.660,1	42,52	1.133.396,05	42,44	59.735,9	5,56

Sumber : Dinas Koperasi Dan UMKM Provinsi Jawa Timur

Pada ilustrasi tabel 1.6 diatas, jelas terlihat bahwa sumbangan sektor UMKM terhadap PDB selama kurun waktu 2012 – 2013 mengalami peningkatan. Peningkatan pada PDB ini diharapkan mengalami peningkatan setiap tahunnya, sehingga kinerja sektor UMKM akan diharapkan juga akan mengalami peningkatan dan semakin memiliki daya saing usaha.

Koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur memiliki peran yang strategis dalam sistem perekonomian suatu bangsa mengingat pelaku sektor ini melibatkan berbagai strata kehidupan masyarakat baik dari lapisan bawah sampai lapisan atas, namun kontribusi yang cukup besar ini masih belum diimbangi oleh pengelolaan usaha yang memadai dan optimal karena karakteristik pelakunya yang bersifat unik tersebut. Hal ini tentu tidak dapat dibiarkan terus oleh karena itu dibutuhkan peran *stakeholder* secara komprehensif agar turut memainkan peranannya dalam upaya pengembangan manajemen dan usaha koperasi dan sentra UMKM lebih mandiri, modern dan terbuka sehingga koperasi dan sentra UMKM dapat menjadi kekuatan ekonomi baru di tengah persaingan masyarakat ekonomi Asean yang kian nyata dan transparan.

Bertitik tolak dari fenomena diatas, maka program pemberdayaan sektor usaha koperasi dan UMKM perlu di Jawa Timur khususnya lebih ditingkatkan, karena dengan adanya kegiatan pemberdayaan ini, sektor usaha koperasi dan UMKM diharapkan akan lebih berkembang dan memiliki kinerja yang baik serta akan lebih memiliki daya saing dalam kancah persaingan global sekarang ini.

Program pemberdayaan sektor usaha koperasi dan UMKM yang dapat dilaksanakan diantaranya, antara lain meliputi :

1. Program Pemberdayaan Usaha Skala Mikro

Pada usaha skala mikro, program ini bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal berskala mikro, melalui upaya peningkatan kapasitas usaha, sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri, berkelanjutan, dan siap untuk tumbuh dan bersaing.

2. Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah.

Program ini bertujuan mengembangkan jiwa dan semangat kewirausahaan, dan meningkatkan daya saing UKM, sehingga pengetahuan serta sikap wirausaha baru semakin berkembang, produktivitas meningkat, wirausaha baru berbasis pengetahuan dan teknologi meningkat jumlahnya, dan ragam produk-produk unggulan semakin berkembang. Program ini untuk mendukung sasaran Meningkatkan Standarisasi UMKM dan Produk UMKM.

3. Program Peningkatan Manajemen Usaha Koperasi

Program ini bertujuan untuk memberikan dukungan terhadap upaya penguatan kapasitas usaha koperasi sektor pertanian, perikanan dan perdagangan Koperasi dan anggotanya, termasuk pasar ekspor, melalui pengembangan lembaga pemasaran, jaringan usaha termasuk kemitraan usaha, dan pengembangan sistem transaksi usaha yang bersifat *on-line*, terutama bagi komoditas unggulan berdaya saing tinggi. Program ini bertujuan untuk mewujudkan sasaran Meningkatkan Produktivitas Koperasi.

4. Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM

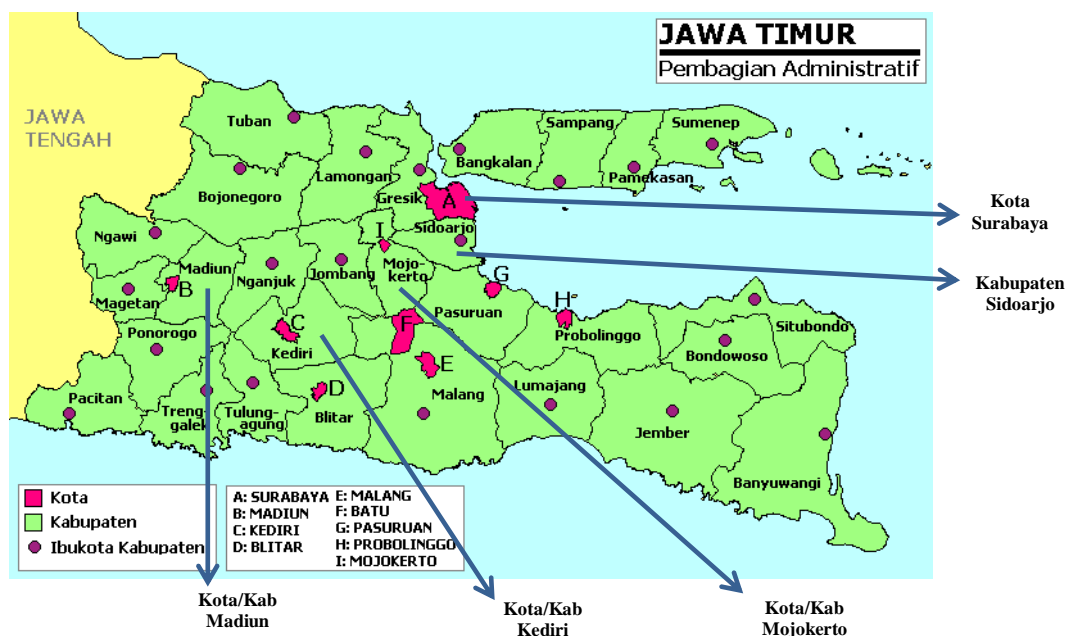
Program ini bertujuan mempermudah, memperlancar dan memperluas akses UMKM kepada sumber daya produktif agar mampu memanfaatkan kesempatan yang terbuka, dan potensi sumber daya lokal, serta menyesuaikan skala usahanya sesuai tuntutan efisiensi. Program ini bertujuan untuk mewujudkan sasaran meningkatnya Kinerja Koperasi Simpan Pinjam. Sasaran ini bertujuan untuk mewujudkan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) yang sehat.

Arah dan tujuan program pemberdayaan sektor usaha koperasi dan UMKM seperti yang diuraikan diatas, semata-mata didalam kerangka untuk memperbaiki dan meningkatkan fungsi

manajemen bagi para pelaku usaha sektor koperasi dan UMKM agar kinerjanya dapat lebih baik dan usaha yang dijalankannya dapat lebih berdaya saing.

Namun demikian, manakala kita lihat kondisi usaha koperasi dan UMKM pada umumnya di lapangan masih memiliki kinerja yang sangat rendah. Hal ini disebabkan karena berbagai macam alasan, diantaranya kurang didasari dengan prinsip-prinsip kewirausahaan, tidak didasarkan atas fungsi manajemen yang baik dalam pengelolaan usahanya, minimnya kompetensi yang dimiliki oleh karyawan, kurangnya memiliki akses pasar, dan lain-lain.

Fungsi manajemen yang dihadapi pelaku sektor koperasi dan UMKM masih pada tujuh aspek yaitu: (a) aspek pengadaan bahan baku untuk produksi, (b) aspek teknologi produksi, (c) aspek pemasaran produk, (d) aspek ketenagakerjaan, (e) aspek permodalan, (f) aspek sarana dan prasarana dan (g) aspek manajerial. Ketujuh aspek tersebut sampai saat ini belum memperoleh solusi secara holistik baik dari kalangan birokrasi/pemerintah, perguruan tinggi dan penggiat koperasi dan UMKM, sedangkan yang dilakukan saat sekarang adalah solusi yang bersifat parsial dan tidak dilakukan secara konsisten dan berkesinambungan sehingga permasalahan yang terjadi tidak dapat tuntas, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian secara holistik agar mampu “merumuskan model pelatihan manajemen dan pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM melalui efektivitas pemberdayaan masyarakatnya, sehingga mampu memberi kontribusi yang riil bagi pengembangan koperasi dan sentra UMKM dalam meningkatkan kemandirian usaha dan kesejahteraan bagi masyarakat di Jawa Timur”. Lokasi Penelitian ini di lakukan pada sektor koperasi dan sentra UMKM yang tersebar pada lima wilayah kota dan kabupaten di Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri dan kota/kabupaten Madiun). Pemilihan lokasi penelitian ini pada dasarnya di prioritaskan pada banyaknya pelaku usaha sektor koperasi dan UMKM.



Gambar 1.1 Lokasi Penelitian

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut diatas, dapat peneliti kemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah manajemen yang diterapkan oleh sentra UMKM yang ada pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur ?
2. Bagaimanakah pola manajemen yang diterapkan oleh sentra UMKM yang ada pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur ?
3. Bagaimanakah merumuskan model pelatihan manajemen yang efektif bagi sentra UMKM yang ada pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur ?
4. Bagaimanakah pemberdayaan koperasi dalam pengelolaan Sentra UMKM yang ada pada lima kota/Kabupaten di Jawa Timur ?
5. Bagaimanakah pola pemberdayaan koperasi dalam pengelolaan Sentra UMKM yang ada pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur ?
6. Bagaimanakah merumuskan model pemberdayaan koperasi yang efektif dalam pengelolaan Sentra UMKM yang ada pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur ?
7. Bagaimanakah pengelolaan Sentra UMKM yang diterapkan pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur ?
8. Bagaimanah pola pengelolaan Sentra UMKM yang diterapkan pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur ?
9. Bagaimanakah merumuskan model pengelolaan Sentra UMKM yang efektif pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur ?

1.3 Tujuan khusus

Tujuan khusus dalam penelitian ini adalah “Mendirikan pusat pelatihan manajemen dan pemberdayaan Koperasi di Jawa Timur”. Sedangkan target akhir dari penelitian ini adalah menjadikan koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur sebagai kekuatan ekonomi yang mandiri dan mampu memberikan kontribusi riil bagi kesejahteraan Masyarakat. Adapun langkah untuk mencapai tujuan khusus tersebut harus dilakukan melalui tahapan tujuan penelitian berikut:

Tujuan tahun pertama (1)

1. Mengidentifikasi karakteristik manajemen yang diterapkan oleh pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
2. Memetakan pola manajemen yang diterapkan oleh pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
3. Merumuskan model pelatihan manajemen yang efektif bagi pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur

Tujuan tahun kedua (2)

1. Mengidentifikasi karakteristik pemberdayaan koperasi dalam pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
2. Memetakan pola pemberdayaan koperasi dalam pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
3. Merumuskan model pemberdayaan koperasi yang efektif dalam pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur

Tujuan tahun ketiga (3)

1. Mengidentifikasi karakteristik pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
2. Memetakan pola pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
3. Merumuskan model pengelolaan Sentra UMKM yang efektif pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur

1.4 Urgensi Penelitian

Sektor koperasi dan pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM secara riil telah memberi kontribusi terhadap perkembangan bisnis dan perekonomian bagi Jawa Timur, setidaknya telah mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan bagi warga kota, namun secara keseluruhan perannya belum optimal karena berbagai kendala yang muncul dalam manajemennya. Hal ini disebabkan oleh kualitas sumberdaya manusia sebagai pelaku usaha, baik yang ada di sektor koperasi dan sentra UMKM belum cukup memadai, oleh karena itu perlu dirumuskan model pelatihan manajemen serta pengembangan usaha koperasi dan pelaku usaha UMKM yang ada di sentra UMKM secara *terintegrated* melalui pemberdayaan masyarakatnya agar koperasi dan sentra UMKM mampu menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri dan memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat. Langkah langkah yang dilakukan oleh peneliti adalah: **tahun pertama** mengidentifikasi pola manajemen pelaku usaha

UMKM pada sentra UMKM, **tahun kedua** mengidentifikasi pola pemberdayaan usaha koperasi dalam pengelolaan sentra UMKM serta **tahun ketiga** mengidentifikasi pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan koperasi dan sentra UMKM. Hasil identifikasi diatas dapat dirumuskan model pelatihan manajemen, model pengembangan usaha dan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan koperasi dan sentra UMKM yang aplikatif sesuai dengan karakteristik usaha koperasi sentra UMKM di Jawa Timur.

1.5 Luaran

Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi merupakan upaya strategis dari perguruan tinggi dalam mengembangkan penelitian yang dapat memberi solusi terhadap berbagai isu nasional terkait dengan pelatihan manajemen dan pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur. Penelitian ini ditargetkan mampu menghasilkan beberapa luaran berupa jurnal internasional, seminar, profil koperasi dan sentra UMKM dan modul pengajaran manajemen koperasi dan UMKM. Produk penelitian ini juga menghasilkan perancangan model pelatihan manajemen, model pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM, serta model pemberdayaan masyarakat yang relevan dengan karakteristik usaha koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur.

1.6 Realisasi Capaian Tahun Pertama

Sesuai dengan *grand desain* penelitian unggulan Universitas tentang : “Pengentasan kemiskinan” serta topik riset unggulan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang : “Pelatihan dan pengembangan koperasi dan pemberdayaan masyarakat”, maka target capaian penelitian ini harus searah dengan Rencana Strategis Penelitian (RSP), oleh karena itu rencana target capaian tahunan dalam penelitian ini dapat ditunjukkan sebagai berikut :

Realisasi Capaian Tahun Pertama (1)

1. **Luaran wajib:** Model Pelatihan Manajemen bagi pelaku usaha UMKM pada Sentra UMKM yang efektif serta Paten sederhana
2. **Luaran Tambahan:** 1) Publikasi ilmiah internasional 2), Buku Manajemen Koperasi Dan UMKM (ISBN), 3) Pemakalah dalam pertemuan ilmiah nasional/proseding.

Tabel 1.7 : Rencana Target Capaian

No	Jenis Luaran				Indikator Capaian		
	Kategori	Sub Kategori	Wajib	Tambahan	TS ¹⁾	TS+1	TS+2
1	Artikel ilmiah dimuat di jurnal ²⁾	Internasional bereputasi	-	v	Submitted	reviewed	published
		Nasional Terakreditasi	-	-	-	-	-
2	Artikel ilmiah dimuat di proseding ³⁾	Internasional terindeks	-	-	-	-	-
		Nasional	-	v	terdaftar	terlaksana	-
3	Invited speaker dalam temu ilmiah ⁴⁾	Internasional	-	-	Tidak ada	-	-
		Nasional	-	-	Tidak ada	-	-
4	Visiting lecturer ⁵⁾	Internasional	-	-	Tidak ada	-	-
5	Hak kekayaan intelektual (HKI) ⁶⁾	Paten	-	-	Tidak ada	-	-
		Paten sederhana	v	-	Terdaftar	-	granted
		Hak cipta	-	-	Tidak ada	-	-
		Merek dagang	-	-	Tidak ada	-	-
		Desain produk industri	-	-	Tidak ada	-	-
		Indikasi Geografis	-	-	Tidak ada	-	-
		Perlindungan Varietas Tanaman	-	-	Tidak ada	-	-
Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu	-	-	Tidak ada	-	-		
6	Teknologi Tepat Guna ⁷⁾	-	-	Tidak ada	-	-	
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya Seni/Rekayasa sosial ⁸⁾	v	-	Produk	penerapan	-	
8	Buku ajar (ISBN) ⁹⁾	-	v	draf	Editing/terbit	-	
9	Tingkat Kesiapan Teknologi ¹⁰⁾	-	-	6	-	-	

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Pengertian Manajemen

Manajemen adalah suatu proses bagaimana cara menangani masalah waktu dan hubungan antara manusia ketika hal tersebut muncul dalam organisasi. Bagaimana suatu organisasi mempengaruhi masa lalu, masa kini dan masa depan. Manajemen waktu dalam organisasi memiliki beberapa elemen yaitu: a) Manajemen adalah usaha menciptakan masa depan yang lebih baik dengan mengingat masa lalu dan masa kini, b) Manajemen di praktekkan dalam rangka merefleksikan dari era sejarah tertentu serta c) Manajemen adalah kegiatan yang menghasilkan konsekuensi dan pengaruh yang muncul dengan berlalunya waktu.

Gibson, Donelly, dan Ivancevich (1996) menyebutkan manajemen adalah proses yang dilakukan seorang atau beberapa orang untuk mengkoordinasikan aktifitas orang lain untuk mencapai hasil-hasil yang tidak dapat dicapai oleh orang itu sendiri. Follet dalam Stoner dan Wankel (1986), menyebutkan bahwa manajemen adalah seni untuk melakukan sesuatu melalui orang lain. Kemudian Siagian dalam Dadang dan Sylvana (2007) mengemukakan bahwa manajemen adalah kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh sesuatu dalam rangka pencapaian tujuan melalui orang lain.

Robbins dan Coulter (1999) menyebutkan manajemen adalah proses pengkoordinasian dan pengintegrasian kegiatan-kegiatan kerja agar diselesaikan secara efektif dan efisien melalui orang lain. 2 kata penting yang saling terkait di sini adalah pengkoordinasian orang lain dan efektif efisien. Pengkoordinasian orang lain artinya melibatkan orang lain, sedangkan efektif dan efisien untuk menunjukkan berdaya guna dan berhasil guna. Pengkoordinasian orang lain tidak berarti kegiatan tidak dapat dilakukan sendiri, hanya saja dalam pertimbangan efektifitas dan efisiensi, perlu pelibatan orang lain.

Manajemen merupakan suatu ilmu dan juga suatu seni. Sebagai suatu ilmu, manajemen harus memiliki landasan keilmuan yang kokoh. Sebagai seni, maka manajemen dipraktekkan berdasarkan keterampilan yang diterapkan untuk mencapai hasil yang diinginkan

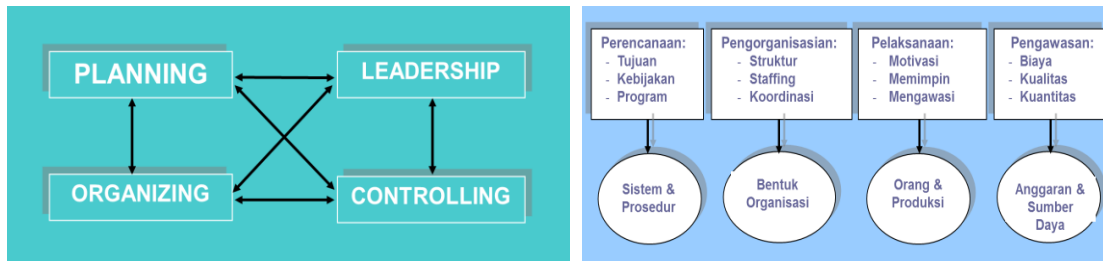
Dari batasan-batasan tersebut, dapat dikatakan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni yang mempelajari bagaimana mengelola manusia melalui orang lain.

2.1.2 Fungsi Manajemen

Manajemen memiliki empat fungsi spesifik yaitu merencanakan, mengorganisasikan, memimpin dan mengendalikan. Untuk menjalankan fungsi manajerial diperlukan sumberdaya

organisasi yang memadai agar dapat mencapai sasaran yang telah ditentukan. Proses adalah cara sistematis yang sudah ditetapkan dalam melakukan kegiatan, maka dalam aktivitasnya untuk mencapai sasaran diperlukan keterlibatan yang saling terkait satu dengan lain.

Robbins dan Coulter (1999) menyebutkan bahwa fungsi-fungsi manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengawasan.



Gambar 2.1 Fungsi Manajemen

Perencanaan mencakup pendefinisian tujuan, penetapan strategi, dan mengembangkan rencana untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan. Merencanakan mengandung makna bahwa manajer harus memikirkan dengan cara yang matang sebelum menentukan sasaran dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mencapai sasaran tersebut. Segala sesuatu yang akan dilakukan harus dilakukan melalui rencana, metode dan logika bukan dengan cara perasaan. Rencana merupakan pedoman untuk: a) organisasi memperoleh dan menggunakan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan, b) anggota organisasi melaksanakan aktivitas yang konsisten dengan tujuan dan prosedur yang sudah ditetapkan, c) memonitor dan mengukur kemajuan untuk mencapai tujuan, sehingga tindakan korektif dapat dilakukan bila kemajuan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Pengorganisasian adalah menentukan tugas apa saja yang dikerjakan, siapa yang mengerjakan, bagaimana tugas-tugas dikelompokkan, siapa melapor kepada siapa, dan pada tingkat mana keputusan harus dibuat. Mengorganisasikan adalah proses untuk mengatur dan mendistribusikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya diantara anggota organisasi, sehingga masing masing anggota dapat mencapai sasaran organisasi. Sasaran yang berbeda tentu memerlukan struktur yang berbeda pula, oleh karena itu diperlukan desain organisasi yang tepat agar sasaran berjalan efektif dan efisien. Pengorganisasian menghasilkan struktur hubungan dalam sebuah organisasi dan lewat hubungan terstruktur rencana masa depan akan tercapai.

Kepemimpinan meliputi kegiatan-kegiatan memotivasi bawahan, mengarahkan, menyeleksi saluran komunikasi yang paling efektif, dan memecahkan konflik. Memimpin meliputi tindakan mengarahkan, mempengaruhi dan memotivasi para karyawan untuk melaksanakan tugas yang penting. Hubungan dan waktu bersifat sentral dalam kegiatan

memimpin. Sebenarnya memimpin menyentuh hubungan antara manajer dengan setiap orang yang bekerja dengan mereka. Para manajer harus memimpin untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain agar bersedia bergabung dengan mereka dalam upaya mengejar masa depan yang telah direncanakan. Manajer harus membantu karyawannya untuk bekerja sebaik mungkin dalam rangka menciptakan nilai tambah bagi organisasi dan mencapai tujuan organisasi secara bersama sama, sehingga dapat mencapai tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien.

Pengendalian meliputi pemantauan kegiatan-kegiatan untuk memastikan bahwa semua orang mencapai apa yang telah direncanakan dan mengoreksi penyimpangan-penyimpangan yang ada. Mengendalikan merupakan tindakan yang dilakukan oleh pimpinan agar semua bentuk tugas yang telah dibebankan kepada karyawan dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Pengendalian manajemen meliputi beberapa elemen yakni: a) menetapkan suatu standar prestasi kerja, b) mengukur prestasi saat ini, c) membandingkan prestasi saat ini dengan standar yang telah ditetapkan, d) melakukan tindakan korektif manakala terjadi penyimpangan yang dapat dideteksi. Lewat fungsi pengendalian manajer mempertahankan organisasi tetap berada pada jalurnya. Dalam perkembangan saat ini fungsi pengendalian telah diintegrasikan dengan semua aspek kegiatan yang mengarah pada terciptanya kualitas manajemen secara total yang sering disebut *Total Quality Management* (TQM). Melalui TQM diharapkan semua komponen organisasi terlibat secara langsung dan masing masing memiliki kontribusi yang terkait dengan kapasitas dan kompetensinya (Stoner *et al*, 2006: 12), sehingga organisasi dapat mencapai kinerja yang lebih baik dengan cara yang efektif dan efisien.

2.1.3 Pelatihan

Pelatihan adalah program pengembangan kompetensi seorang pegawai atau bagi orang yang ingin meningkatkan kompetensinya. Pelatihan ini harus diperkenalkan kepada segenap karyawan agar kemampuan kompetensinya dalam mengelola usaha dapat berjalan lebih efektif, ini semua adalah untuk membantu pegawai tersebut dapat lekas menyesuaikan diri dengan pekerjaan dan pegawai lain yang sudah ada. Memperkenalkan pegawai dengan pekerjaan dan pegawai menjadi tim kerja adalah merupakan suatu proses yang sangat penting dalam proses pengembangan organisasi (wahyudiono, 2016)

Pelatihan merupakan suatu aktivitas yang diperlukan untuk semua lini staf dalam organisasi yang memiliki keinginan untuk pengembangan kompetensinya dalam pekerjaan maupun hubungan antar pribadi dalam suatu organisasi atau suatu kegiatan dari perusahaan

yang bermaksud untuk dapat memperbaiki dan mengembangkan sikap dan perilaku, ketrampilan, dan pengetahuan dari karyawan sesuai dengan tujuan dari organisasi.

Persaingan bisnis kini semakin ketat. Untuk keberlangsungan suatu bisnis, harus dipastikan bahwa SDM (Sumber Daya Manusia) yang kita miliki memiliki kualitas yang baik. Kualitas dan produktivitas SDM sebenarnya dapat di tingkatkan dengan melakukan program pelatihan dan pengembangan SDM.

Adapun tujuan dan langkah-langkah dalam melakukan pelatihan dan pengembangan SDM sebagaimana dijelaskan berikut ini.

Tujuan pelatihan dan pengembangan SDM adalah : a. Memperbarui keahlian seorang individu sejalan dengan perubahan teknologi. Melalui pelatihan SDM, pelatih (trainer) dapat memastikan bahwa setiap individu secara efektif menggunakan teknologi-teknologi baru dan meningkatkan produktivitasnya, b. Mengurangi waktu belajar seorang individu baru untuk menjadi kompeten dalam pekerjaan, c. Membantu memecahkan persoalan operasional dengan cepat dan tepat, d. Mengorientasikan setiap individu terhadap organisasi, e. Memberikan kemampuan yang lebih tinggi dalam melaksanakan tugas dalam bekerja sehingga hasil yang dicapai akan maksimal, f. Meningkatkan profesionalisme para karyawan dalam melakukan pekerjaannya.

Dalam melakukan pelatihan manajemen dan pengembangan SDM dapat dilakukan melalui tahapan berikut ini :

a. Penentuan Kebutuhan

Tujuan penentuan kebutuhan pelatihan dan pengembangan SDM ini adalah untuk mengumpulkan sebanyak mungkin informasi yang relevan guna mengetahui data atau menentukan apakah perlu tidaknya dilakukan pelatihan dan pengembangan SDM dalam perusahaan tersebut.

b. Mendesain Program

Ketepatan metode pelatihan dan pengembangan SDM tergantung pada tujuan yang hendak dicapai. Mulailah dengan mengidentifikasi mengenai apa yang diinginkan agar para pekerja mengerti apa yang harus diketahui dan dilakukan.

c. Evaluasi Keefektivitasan

Pelatihan dan pengembangan SDM harus menjadi suatu solusi tepat bagi permasalahan perusahaan, yaitu untuk memperbaiki kekurangan dari keterampilan setiap pekerja. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menguji apakah pelatihan dan pengembangan SDM tersebut efektif di dalam mencapai sasaran-sasarannya yang telah ditetapkan.

Menurut Carrell dan Kuzmits (1982 : 278), tujuan utama pelatihan dapat dibagi menjadi 5 area : (1) Untuk meningkatkan ketrampilan karyawan sesuai dengan perubahan teknologi, (2) Untuk mengurangi waktu belajar bagi karyawan baru agar menjadi kompeten, (3) Untuk membantu masalah operasional, (4) Untuk menyiapkan karyawan dalam promosi, (5) Untuk memberi orientasi karyawan untuk lebih mengenal organisasinya.

Menurut Procton dan Thornton (1983 : menyatakan bahwa tujuan pelatihan adalah : (1) Untuk menyesuaikan diri terhadap tuntutan bisnis dan operasional-operasional industri sejak hari pertama masuk kerja, (2) Memperoleh kemajuan sebagai kekuatan yang produktif dalam perusahaan dengan jalan mengembangkan kebutuhan ketrampilan, pengetahuan dan sikap.

Beberapa manfaat nyata dari program pelatihan adalah (Simamora, 2004 : 278) :

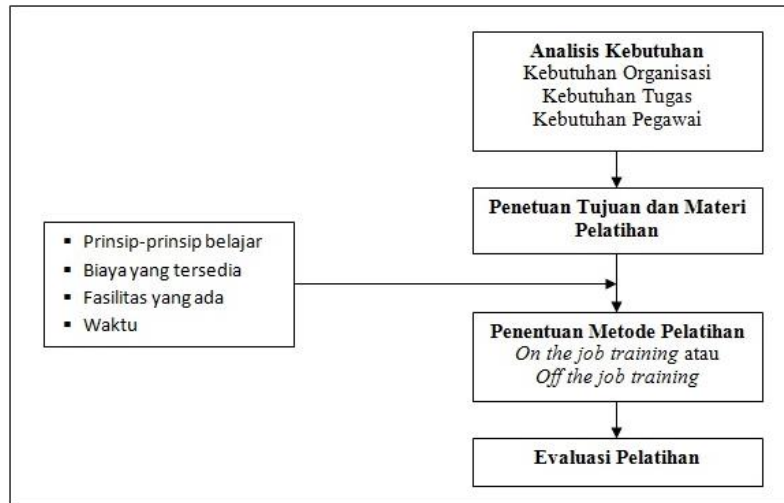
1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produktivitas ;
2. Mengurangi waktu pembelajaran yang diperlukan karyawan untuk mencapai standar kerja yang dapat diterima. ;
3. Membentuk sikap, loyalitas, dan kerja sama yang lebih menguntungkan ;
4. Memenuhi kebutuhan perencanaan sumber daya manusia ;
5. Mengurangi frekuensi dan biaya kecelakaan kerja ;
6. Membantu karyawan dalam peningkatan dan pengembangan pribadi.

Kegiatan pelatihan sangat penting karena bermanfaat guna menambah pengetahuan atau ketrampilan terutama bagi yang mempersiapkan diri memasuki lapangan pekerjaan. Sedangkan bagi yang sudah bekerja akan berfungsi sebagai “charger” agar kemampuan serta kapabilitas kita selalu terjaga guna mengamankan existensi atau peningkatan karir. Jadi walaupun itu harus mengeluarkan biaya sebetulnya tidak terlalu signifikan. Taruhlah kita jadwalkan untuk mengikuti pelatihan dengan frekuensi satu kali dalam satu tahun. Maka biaya yang dikeluarkan apabila dibagi prorata, jumlah pengeluaran rata-rata perbulan sungguh kecil dan tidak sebanding dengan hasil yang diperoleh. Oleh karena itu ungkapan biaya dalam konteks pelatihan biasanya lebih populer disebut sebagai investasi. Jadi kita melakukan investasi dalam jumlah yang kecil untuk tetap *survive* dalam dunia kerja yang sangat kompetitif akhir-akhir ini. Segala sesuatu dapat terjadi dan berubah secara tiba-tiba. Hanya kemampuan dan upaya untuk me-“refresh” kompetensi masing-masing kita yang membuat kita selalu dapat bertahan.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan pelatihan agar berjalan sukses yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis kebutuhan pelatihan organisasi, yang sering disebut *need analysis* atau *need assessment*.

2. Menentukan sasaran dan materi program pelatihan.
3. Menentukan metode pelatihan dan prinsip-prinsip belajar yang digunakan.
4. Mengevaluasi program.



Gambar 2.2 Langkah-Langkah Pelaksanaan Pelatihan/Pengembangan

Pelatihan dan pengembangan SDM adalah hal penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Di era globalisasi seperti ini semua orang dituntut untuk lebih canggih dalam menggunakan teknologi saat bekerja.

Pelatihan (*training*) merupakan proses pembelajaran yang melibatkan perolehan keahlian, konsep, peraturan, atau sikap untuk meningkatkan kinerja tenaga kerja. (Simamora:2006:273). Menurut pasal I ayat 9 undang-undang No.13 Tahun 2003. Pelatihan kerja adalah keseluruhan kegiatan untuk memberi, memperoleh, meningkatkan, serta mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja pada tingkat ketrampilan dan keahlian tertentu sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan dan pekerjaan.

Pengembangan (*development*) diartikan sebagai penyiapan individu untuk memikul tanggung jawab yang berbeda atau yang lebih tinggi dalam perusahaan, organisasi, lembaga atau instansi pendidikan.

Menurut (Hani Handoko:2001:104) pengertian latihan dan pengembangan adalah berbeda. Latihan (*training*) dimaksudkan untuk memperbaiki penguasaan berbagai ketrampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu, terinci dan rutin. Yaitu latihan menyiapkan para karyawan (tenaga kerja) untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan sekarang. Sedangkan pengembangan (*development*) mempunyai ruang lingkup lebih luas dalam upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan pengetahuan, kemampuan, sikap dan sifat-sifat kepribadian.

(Gomes:2003:197) Mengemukakan pelatihan adalah setiap usaha untuk memperbaiki performansi pekerja pada suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggungjawabnya.

Menurutnya istilah pelatihan sering disamakan dengan istilah pengembangan, perbedaannya kalau pelatihan langsung terkait dengan performansi kerja pada pekerjaan yang sekarang, sedangkan pengembangan tidaklah harus, pengembangan mempunyai skope yang lebih luas dibandingkan dengan pelatihan.

Pelatihan lebih terarah pada peningkatan kemampuan dan keahlian SDM organisasi yang berkaitan dengan jabatan atau fungsi yang menjadi tanggung jawab individu yang bersangkutan saat ini (current job oriented). Sasaran yang ingin dicapai dan suatu program pelatihan adalah peningkatan kinerja individu dalam jabatan atau fungsi saat ini.

Pengembangan cenderung lebih bersifat formal, menyangkutantisipasi kemampuan dan keahlian individu yang harus dipersiapkan bagi kepentingan jabatan yang akan datang. Sasaran dan program pengembangan menyangkut aspek yang lebih luas yaitu peningkatan kemampuan individu untuk mengantisipasi perubahan yang mungkin terjadi tanpa direncanakan (unplanned change) atau perubahan yang direncanakan (planned change). (Syafaruddin:200 1:2 17).

Hal serupa dikemukakan (Hadari:2005:208). Pelatihan adalah program-program untuk memperbaiki kemampuan melaksanakan pekerjaan secara individual, kelompok dan/atau berdasarkan jenjang jabatan dalam organisasi atau perusahaan. Sedangkan pengembangan karir adalah usaha yang dilakukan secara formal dan berkelanjutan dengan difokuskan pada peningkatan dan penambahan kemampuan seorang pekerja. Dan pengertian ini menunjukkan bahwa fokus pengembangan karir adalah peningkatan kemampuan mental tenaga kerja.

Efektivitas pelatihan sangat dipengaruhi oleh beberapa aspek, dimana aspek-aspek dimaksud sangat terkait satu dengan yang lainnya dalam menjalankan kegiatan pelatihan, antara lain :

1. Aspek metode (format) pelatihan
2. Aspek tempat/lokasi pelatihan
3. Aspek penyelenggara pelatihan
4. Aspek materi pelatihan
5. Aspek peserta pelatihan
6. Aspek orientasi pelatihan

2.1.4 Kewirausahaan

Pada masa sekarang, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dituntut untuk memiliki kapabilitas dinamik dan strategi yang mampu menangkap peluang dan memperbaharui pasar. Tekanan dan persaingan bisnis global mempengaruhi Unit Usaha Kecil dan Menengah (UKM), seperti halnya globalisasi, peningkatan teknologi, perubahan demografi dan sosial, kemampuan

untuk melakukan inovasi, dukungan dana, maupun kewirausahaan. Tetapi, dalam kenyataannya, tuntutan dari lingkungan bisnis saat ini, ternyata masih sulit untuk dipenuhi Usaha Kecil dan Menengah (Kuncoro, 2006). Kuncoro (2006) menyatakan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia secara kualitas sulit berkembang di pasar karena menghadapi beberapa masalah internal, yaitu rendahnya kualitas sumberdaya manusia seperti kurang terampilnya sumberdaya manusia, kurangnya orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) rendahnya penguasaan teknologi dan manajemen, minimnya informasi.

Entrepreneur diartikan sebagai wirausaha, sedang *entrepreneurship* diartikan sebagai kewirausahaan. Oleh karena itu ada beberapa pendapat bahwa *entrepreneur* sebagai (a) orang yang menanggung resiko, (b) orang yang mengurus perusahaan, (c) orang yang memobilisasi dan mengalokasikan modal, (d) orang yang menciptakan barang baru, dan sebagainya.

Orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) adalah orientasi perusahaan yang memiliki prinsip pada upaya untuk mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan (Lumpkin & Dess, 1996). Miller (1983) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai orientasi untuk menjadi yang pertama dalam hal inovasi di pasar, memiliki sikap untuk mengambil risiko, dan proaktif terhadap perubahan yang terjadi pasar. Miller dan Friesen (1983) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi lebih kuat dibandingkan perusahaan lain. Sementara itu Lumpkin dan Dess (1996), menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, akan lebih berani untuk mengambil risiko, dan tidak Cuma bertahan pada strategi masa lalu. Pada lingkungan yang dinamis, orientasi kewirausahaan jelas merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Studi yang dilakukan oleh Hanifah (2011) menyebutkan bahwa penyebab lemahnya kinerja dan produktivitas UKM diduga kuat karena lemahnya karakter kewirausahaan serta belum optimalnya peran manajerial dalam mengelola usaha pada lingkungan bisnis yang cepat berubah. Untuk dapat mengembangkan usaha berkinerja tinggi, perusahaan bergantung pada banyak kapabilitas. Dalam hal ini ada dua kapabilitas yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan serta bagaimana kapabilitas ini berkaitan dengan kinerja. Porter (2008) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama. Sementara itu, menurut Gosselin (2005), bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bertindak secara proaktif dan selalu

inovatif (Lumpkin dan Dess, 1996). Berani mengambil risiko merupakan sikap wirausahawan yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian (Keh et al. 2002). Proaktif mencerminkan kesediaan wirausaha untuk mendominasi pesaing melalui suatu kombinasi dan gerak agresif dan proaktif, seperti memperkenalkan produksi baru atau jasa di atas kompetisi dan aktivitas untuk mengantisipasi permintaan mendatang untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan. Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

Orientasi kewirausahaan yang tinggi berhubungan erat dengan penggerak utama keuntungan sehingga seorang wirausahawan mempunyai kesempatan untuk mengambil keuntungan dan munculnya peluang-peluang tersebut, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Wiklund, 1999). Dikemukakan oleh Covin dan Slevin (1991); Smart dan Conant (1994); Wiklund (1999), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Oleh sebab itu, perusahaan yang semakin inovatif, proaktif, dan berani untuk mengambil risiko cenderung mampu untuk berkinerja usaha yang lebih baik. Selain orientasi kewirausahaan, yang dapat mempengaruhi strategi.

UKM yang berupaya untuk meningkatkan kinerja perusahaannya perlu untuk memperhatikan dua hal, yaitu orientasi kewirausahaan dan strategi bisnisnya. Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Sedangkan strategi usaha merupakan cara perusahaan memenangkan persaingan. Lumpkin dan Dess (1996), menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, akan lebih berani untuk mengambil risiko, dan tidak cuma bertahan pada strategi masa lalu. Pada lingkungan yang dinamis, orientasi kewirausahaan merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kedua hal tersebut dipandang sebagai landasan dalam menciptakan kinerja perusahaan yang lebih baik. Usaha yang aktif di pasar dicirikan dengan kompetisi dan pengembangan usaha. Hal ini menjadi esensial karena memberi kontribusi bagi pembaharuan (Harmsen, Grunert, dan Bove, 2000) serta daya saing dan pertumbuhan perusahaan (Cooper dan Kleinschmidt, 2004). Mengingat pentingnya peran orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis untuk kalangan UKM, diperlukan pemahaman yang memadai tentang hal tersebut dalam rangka peningkatan kinerja UKM.

2.1.5 Koperasi Dan UMKM

Koperasi dan UMKM merupakan salah satu pelaku ekonomi di Indonesia yang memiliki posisi sangat strategis, karena dapat menjadi penyelamat ekonomi Indonesia disaat mengalami krisis ekonomi tahun 1998. Perusahaan perusahaan besar banyak yang tumbang, justru sektor koperasi dan UMKM tetap bertahan di tengah perekonomian yang serba tidak pasti. Mengapa sektor UMKM tetap eksis dan justru tumbuh berkembang, karena sektor ini memiliki karakteristik yang bersifat unik dan keunikan inilah yang sering tidak dipahami oleh para penyusun kebijakan dengan benar. Koperasi dan UMKM merupakan dua sisi mata uang dimana koperasi dan UMKM tidak dapat dipisahkan keberadaannya satu dengan yang lain karena dalam aktivitas usahanya sektor koperasi dan UMKM selalu menjadi komplemen, sehingga keberadaannya selalu berdampingan oleh karena itu dibutuhkan kebijakan *terintegrated* agar keduanya dapat tumbuh dan berkembang secara mandiri dan menjadi pelaku ekonomi yang handal di tengah persaingan usaha semakin ketat, sehingga koperasi dan UMKM nantinya dapat menjadi alternatif dan solusi untuk memecah kebuntutan sistem ekonomi kapitalis yang cenderung monopoli dan merugikan masyarakat kecil.

Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Koperasi adalah Badan Usaha yang beranggotakan orang seorang atau Badan Hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan azas kekeluargaan. Gerakan Koperasi: Keseluruhan organisasi Koperasi dan kegiatan perkoperasian yang bersifat terpadu menuju tercapainya cita-cita Koperasi.

Koperasi pada hakekatnya dipandang Undang-Undang sebagai suatu perusahaan. Hal ini berarti Koperasi yang dibentuk oleh anggota anggotanya untuk melakukan kegiatan usaha dan menunjang kegiatan ekonomi anggotanya. Dengan demikian Koperasi statusnya sebagai perusahaan. Makna perusahaan dalam kaitan ini adalah suatu pengertian ekonomi yang banyak dipakai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD). Baik dalam KUHD maupun Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian tidak memberikan penafsiran maupun penjelasan apakah yang yang dimaksud Koperasi sebagai badan usaha atau perusahaan.

Penjelasan umum Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 memberikan arah yang cukup jelas bahwa Koperasi seharusnya merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang perekonomian. Alinea ketiga Penjelasan Umum UU Perkoperasian ini menyatakan bahwa pembangunan Koperasi perlu diarahkan sehingga makin berperan dalam perekonomian

Nasional. Pengembangannya diarahkan agar benar-benar menerapkan prinsip-prinsip Koperasi dan kaidah ekonomi.

Ciri-ciri Koperasi adalah:

- a. Badan usaha yang berbentuk Badan Hukum Indonesia;
- b. Memiliki modal sendiri dan atau modal luar;
- c. Usahanya mengutamakan yang berhubungan langsung dengan kepentingan anggota untuk meningkatkan kesejahteraan anggota;
- d. Memiliki tempat kediaman hukum tetap;
- e. Berdiri sendiri bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.

Ketentuan dalam Undang-Undang No.25 yang mengatur tentang kepengurusan Koperasi dilaksanakan oleh perangkat organisasi Koperasi yang terdiri dari Rapat Anggota, Pengurus, dan Pengawas. Pengelolaan tersebut dapat dilakukan oleh pengurus sendiri, namun dapat pula dilakukan oleh para pengelola yang diangkat oleh pengurus dengan suatu surat perjanjian. Dalam rangka peningkatan pelayanan kepada anggota dan efektivitas pengurusan Koperasi maka Koperasi membentuk unit usaha otonom, kelompok-kelompok anggota dan membentuk tempat pelayanan Koperasi.

Apabila pengurus Koperasi mengangkat pengelola untuk mengurus perusahaan Koperasi, maka Undang-Undang No.25 Tahun 1992 memberikan kemungkinan bahwa Koperasi untuk tidak membentuk Badan Pengawas Koperasi yang sebelumnya dengan nama Badan Pemeriksa. Maka tugas pengawasan Koperasi dianggap lebih efisien dilakukan oleh pengurus Koperasi.

Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian tidak disebutkan bahwa akta pendirian Koperasi harus dengan akta otentik yang dibuat dalam Bahasa Indonesia. Hal ini akan menimbulkan berkurangnya kepastian dalam pendirian koperasi. Sejak berlakunya Undang-Undang No.25 tersebut akta pendirian Koperasi dibuat oleh pendiri Koperasi dengan akta dibawah tangan, artinya tidak dibuat dihadapan pejabat umum atau semacam notaris, sehingga tidak ada yang menjamin kebenaran isi akta pendirian tersebut.

Syarat pengesahan badan hukum koperasi oleh pemerintah harus dipermudah untuk mengurangi kekhawatiran kepercayaan pihak ketiga dan Investor /Kreditor yang akan berhubungan dengan Koperasi. Azas kepastian hukum ini diperlukan untuk melindungi Koperasi, anggotanya, dan masyarakat luas dari tindakan penyalahgunaan badan hukum Koperasi oleh oknum-oknum tertentu.

Ketentuan minimal sebagai berikut :

- a. Koperasi nyata-nyata tidak bertentangan dengan etika dan ketetapan umum, untuk hal ini perlu diteliti dasar dan tujuan Koperasi Anggaran Dasarnya yang dimuat dalam Akte pendirian;
- b. Akte pendirian tidak boleh memuat peraturan atau ketentuan yang melanggar yang telah diatur dalam Undang-Undang No.25, misalnya tidak disebutkan berapa simpanan pokok Koperasi;
- c. Para pendiri Koperasi dari sumber yang dapat dipercaya tidak bertindak sebagai kedok belaka untuk kepentingan yang tidak baik atau kepentingan orang-orang tertentu atau orang asing,
- d. Koperasi berkedudukan di Indonesia

Bila persyaratan tersebut dipenuhi barulah Menteri berwenang mengesahkan akta pendirian tersebut. Jika pengesahan itu ditolak harus diberitahukan kepada pemohon.

Keberadaan Koperasi sebenarnya juga merupakan pilar ekonomi nasional, selain BUMN dan Swasta. Tetapi sayang tidak semua koperasi dapat berkembang dengan baik. Perkembangan koperasi sering sekali tergantung pada para pengurus, begitu pengurus atau manajernya berganti maka kinerja koperasi tersebut ikut melorot.

Koperasi sebagai salah satu pelaku ekonomi yang diharapkan menjadi soko guru perekonomian nasional hingga saat ini masih jauh dari yang diharapkan, hal ini salah satu penyebabnya adalah undang-undang yang digunakan tidak memiliki kapasitas untuk membangun koperasi yang sehat dan mandiri, selain itu kebijakan pelatihan perkoperasian yang mengandalkan bantuan pemerintah, melahirkan ketergantungan, sehingga daya kreatifitas menjadi tumpul untuk membangun diri sendiri lewat kemampuan sendiri.

Selain itu masih terdapat beberapa faktor kelemahan yang menjadi penghambat kemajuan koperasi antara lain: Pertama, citra koperasi. Sejauh ini citra koperasi di masyarakat secara umum belum baik. Bukti-bukti empiris menunjukkan perkembangan koperasi secara umum masih belum memenuhi harapan, apalagi untuk mewujudkan koperasi yang *genuine*. Selama ini koperasi masih dipandang sebagai badan usaha yang memiliki kinerja kurang baik atau lemah dan dianggap sebagai wadah golongan ekonomi lemah dan kurang potensial untuk diajak bekerjasama oleh badan usaha lainnya.

Kedua, kemandirian koperasi. Pola pembinaan yang diterapkan selama ini telah menimbulkan ketergantungan koperasi pada program pemerintah. Dalam menentukan kepengurusan koperasi seringkali terjadi intervensi pemerintah yang mengakibatkan koperasi tidak cukup memiliki otonomi dan kemandirian dalam pengambilan keputusan, khususnya melalui rapat anggota sebagai kekuasaan tertinggi dalam struktur koperasi. Kenyataan ini

menunjukkan bahwa pelaksanaan nilai dan prinsip dasar yang hakiki koperasi masih belum terwujud.

Ketiga, sumber daya manusia. Keterbatasan pengetahuan dan pemahaman para pengelola koperasi tentang teknis perekonomian, terutama hakikat dan ciri-ciri koperasi sebagai badan usaha. Di samping itu, orang-orang yang diserahi tugas untuk mengelola koperasi masih belum memiliki wawasan, pengetahuan, dan ketrampilan kewirausahaan yang memadai, sehingga berdampak terhadap perkembangan dan kinerja koperasi, kurang memadainya pelaksanaan prinsip-prinsip koperasi, serta rendahnya partisipasi anggota.

Keempat, manajemen. Kualitas sumberdaya manusia (SDM) koperasi yang terbatas telah berdampak pada manajemen koperasi yang belum profesional. Keseluruhan fungsi manajemen belum dilaksanakan secara profesional, sehingga koperasi belum menunjukkan perkembangan dan kinerja yang memadai.

Kelima, permodalan. Kemampuan pemupukan permodalan koperasi relatif masih sangat terbatas sebagai akibat partisipasi anggota dalam pemupukan modal koperasi yang sangat rendah. Hal ini disebabkan kesadaran dan kemampuan ekonomi anggota yang masih rendah. Di lain pihak, akses koperasi pada sumber-sumber permodalan/ pembiayaan juga masih sangat terbatas, akibat belum berkembangnya usaha koperasi yang memiliki kenyataan ekonomi dan rendahnya kredibilitas koperasi dihadapan para kreditur.

Keenam, cakupan dan Skala Usaha. Cakupan dan skala usaha koperasi pada umumnya masih sangat terbatas dan cenderung terkait dengan program pemerintah terutama di sektor pertanian seperti dalam program produksi dan pengadaan pangan. Kegiatan yang bersifat non program biasanya dalam bentuk penjualan eceran (waserda, toko, warung) dan usaha simpan-pinjam, yang volume usahanya masih relatif kecil.

Ketujuh, kerjasama usaha. Kerjasama usaha antar koperasi, baik secara vertikal maupun horisontal dan dengan badan usaha lainnya, masih belum berkembang dengan memadai. Peran koperasi sekunder yang diharapkan dapat mendukung kegiatan usaha koperasi primer kurang optimal.

Dalam sejarah dan pengembangan koperasi di Indonesia, prakarsa pengenalan dan pendirian koperasi pada umumnya dimotori oleh aparat pemerintah, yang kemudian berkembang sejalan dengan tumbuhnya partisipasi masyarakat. Dalam hal pengendalian pembinaannya, sejak awal perkembangannya telah dilakukan oleh pemerintah secara berkesinambungan. Perkembangan koperasi di Indonesia telah melalui beberapa periode, yaitu mulai dari jaman penjajahan, masa awal kemerdekaan, masa Orde Lama, masa Orde Baru, dan era reformasi.

Paradigma yang lebih mengutamakan pada pertumbuhan kuantitas pada masa lalu telah mendorong tumbuhnya koperasi yang diprakarsai pemerintah (*top down approach*) daripada yang tumbuh atas prakasa sendiri (*bottom-up approach*). Keadaan semacam ini membuat koperasi tidak memiliki fundamental yang kokoh (*solid*) dalam pertumbuhannya, karena besarnya intervensi pemerintah dalam pembinaan koperasi, sehingga banyak koperasi yang telah berbadan hukum tapi tidak aktif melaksanakan aktivitas.

Dari beberapa uraian diatas menunjukkan bahwa Koperasi masih memiliki kelemahan yang cukup mendasar, untuk itu diperlukan konsep-konsep strategis yang mendasar dan komprehensif guna memecahkan beberapa masalah yang dihadapi agar koperasi dapat berperan sebagai agen pembaharu dan penggerak utama ekonomi nasional,

Selain sektor usaha koperasi, sektor usaha UMKM juga mempunyai peran yang sangat vital dalam pembangunan ekonomi. Hal ini disebabkan intensitas tenaga kerja yang relatif lebih tinggi dan jumlah investasi yang relatif kecil, maka usaha mikro dapat lebih fleksibel dan beradaptasi terhadap perubahan pasar. Usaha mikro tidak terlalu terpengaruh oleh tekanan eksternal dan karenanya dapat tanggap menangkap peluang untuk substitusi impor dan meningkatkan supply (persediaan) domestik.

Pengembangan Usaha mikro dan kecil dapat memberikan kontribusi pada diversifikasi ekonomi dan percepatan perubahan struktur sebagai pra-kondisi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan.

Program pemerintah untuk mengatasi rendahnya investasi, tingkat pengangguran dan kemiskinan, yaitu melalui program pemihakan ekonomi yang bersifat pemberdayaan golongan ekonomi lemah dan pengadaan infrastruktur yang mendukung. Pemihakan pada golongan ini adalah pemberdayaan usaha mikro dan kecil. Pada masa krisis di tahun 1997/1998, usaha mikro dan kecil dianggap sebagai katup penyelamat ekonomi Indonesia. Bank menyalurkan dananya berupa kredit ke sektor usaha mikro dan kecil karena memandang adanya peluang bisnis yang besar di sektor ini. (Ade, 2006)

Krisis ekonomi tahun 1998, sektor UMKM juga menjadi penyelamat perekonomian nasional, karena perusahaan perusahaan besar banyak yang tumbang, justru sektor UMKM tetap eksis di tengah perekonomian yang serba tidak pasti. Mengapa sektor UMKM tetap eksis dan justru tumbuh berkembang, karena sektor ini memiliki karakteristik yang bersifat unik, justru keunikan inilah yang tidak dipahami oleh para penyusun kebijakan dengan benar mengingat keunikan ini bersifat holistik.

UMKMK (Usaha Mikro Kecil Menengah dan Koperasi) merupakan kelompok usaha ekonomi yang penting dalam perekonomian desa dan kota. Hal ini disebabkan usaha kecil

menengah dan koperasi merupakan sektor usaha yang memiliki jumlah terbesar dengan daya serap tenaga kerja yang signifikan. Tetapi sisi lain kesenjangan pendapatan yang cukup besar masih terjadi antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil. Dengan demikian maka sudah selayaknya para pengusaha kecil dibina sehingga dapat mengembangkan usahanya.

Dalam rangka peningkatan kesejahteraan rakyat dan mempersempit kesenjangan sosial dan ekonomi (*socio economic disparity*) perlu diupayakan pengembangan usaha kecil secara langsung.

Angka pengangguran yang begitu besar harus mendapatkan perhatian dari (*stake holder*). Fakta menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah merupakan penyerap tenaga kerja yang paling besar dapat dijadikan sebagai alternatif pengurangan jumlah pengangguran. Oleh karena itu diperlukan berbagai upaya dalam rangka pengembangan UKM.

Ada 2 faktor yang mempengaruhi pengembangan UKM yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Handrimurtjahyo, 2007). Faktor internal khususnya dibidang kualitas tenaga kerja memegang peranan yang sangat signifikan terhadap daya saing industri. Aspek ini bisa diidentifikasi dengan sejumlah indikator, diantaranya yang umum digunakan dan lebih bersifat proxy adalah tingkat produktivitas.

Faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan UKM diantaranya adalah kebijakan pemerintah (Kuncoro, 2000). Pemerintah pusat maupun daerah seharusnya mengeluarkan kebijakan pembinaan UKM sebagai bagian upaya pengentasan kemiskinan. Dan upaya pengembangan di bidang SDM ini dapat melalui program pelatihan teknik, pendampingan antara dinas terkait dengan usaha kecil maupun menengah.

UMKM merupakan mesin penggerak perekonomian di Indonesia, hal ini terbukti selama terjadi krisis multidimensi periode tahun 1997-1998 yang lalu, sektor UMKM terbukti dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya apabila dibandingkan dengan usaha-usaha skala menengah dan atas. Bukti tersebut paling tidak telah menumbuhkan optimisme baru bagi sebagian besar orang yang menguasai sebagian kecil sumber daya akan kemampuannya untuk menjadi motor pertumbuhan bagi pemulihan ekonomi.

Alasan-alasan UKM bisa bertahan dan cenderung meningkat jumlahnya pada masa krisis adalah:

1. Sebagian besar UKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, maka tingkat pendapatan rata-rata masyarakat tidak banyak berpengaruh terhadap permintaan barang yang dihasilkan. Sebaliknya kenaikan tingkat pendapatan juga tidak berpengaruh pada permintaan.

2. Sebagian besar UKM tidak mendapat modal dari bank. Implikasinya keterpurukan sektor perbankan dan naiknya suku bunga, tidak banyak mempengaruhi sektor ini. Berbeda dengan sektor perbankan bermasalah, maka UKM ikut terganggu kegiatan usahanya. Sedangkan usaha berkala besar dapat bertahan. Di Indonesia, UKM mempergunakan modal sendiri dari tabungan dan aksesnya terhadap perbankan sangat rendah.
3. UKM mempunyai modal yang terbatas dan pasar yang bersaing, dampaknya UKM mempunyai spesialisasi produksi yang ketat. Hal ini memungkinkan UKM mudah untuk pindah dari usaha yang satu ke usaha lain, hambatan keluar-masuk tidak ada.
4. Reformasi menghapuskan hambatan-hambatan di pasar, proteksi industri hulu dihilangkan, UKM mempunyai pilihan lebih banyak dalam pengadaan bahan baku. Akibatnya biaya produksi turun dan efisiensi meningkat. Tetapi karena bersamaan dengan terjadinya krisis ekonomi, maka pengaruhnya tidak terlalu besar.
5. Dengan adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan menyebabkan sektor formal banyak memberhentikan pekerja-pekerjanya. Para penganggur tersebut memasuki sektor informal, melakukan kegiatan usaha yang umumnya berskala kecil, akibatnya jumlah UKM meningkat.

Dari beberapa kasus yang terjadi selama krisis multidimensi selama periode tahun 1997-1998 sampai dengan sekarang ini, UMKM dapat dikatakan sebagai mesin penting untuk merangsang pertumbuhan ekonomi suatu negara. Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan kerja terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor. Posisi penting ini sejak dilanda krisis belum semuanya berhasil dipertahankan sehingga pemulihan ekonomi belum optimal secara keseluruhan.

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, UKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Serta mampu menyerap banyak tenaga kerja. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen, yaitu: Departemen Perindustrian dan Perdagangan, serta Departemen Koperasi dan UKM (Kuncoro,2002).

Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah:

1. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.

2. Hubungan kemanusiaan yang akrab didalam perusahaan kecil.
3. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
4. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan skala besar yang pada umumnya birokratis.
5. Terdapatnya dinamisme managerial dan peranan kewirausahaan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, karena semakin terbukanya pasar didalam negeri, merupakan ancaman bagi UKM dengan semakin banyaknya barang dan jasa yang masuk dari luar sebagai dampak dari globalisasi. Oleh karena itu pembinaan dan pengembangan UKM saat ini dirasakan semakin mendesak dan sangat strategis untuk mengangkat perekonomian rakyat, maka kemandirian UKM dapat tercapai dimasa mendatang. Dengan berkembangnya perekonomian rakyat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka kesempatan kerja, dan memakmurkan masyarakat secara keseluruhan.

Pandangan umum bahwa UKM itu memiliki sifat dan jiwa entrepreneurship (kewiraswastaan) adalah kurang tepat. Ada sub kelompok UKM yang memiliki sifat *entrepreneurship* tetapi ada pula yang tidak menunjukkan sifat tersebut. Dengan menggunakan kriteria entrepreneurship maka kita dapat membagi UKM dalam empat bagian, yakni:

- (1) *Livelihood Activities* : UKM yang masuk kategori ini pada umumnya bertujuan mencari kesempatan kerja untuk mencari nafkah. Para pelaku dikelompok ini tidak memiliki jiwa entrepreneurship. Kelompok ini disebut sebagai sektor informal. Di Indonesia jumlah UKM kategori ini adalah yang terbesar.
- (2) *Micro enterprise* : UKM ini lebih bersifat “artisan” (pengrajin) dan tidak bersifat entrepreneurship (kewiraswastaan). Jumlah UKM ini di Indonesia juga relatif besar.
- (3) *Small Dynamic Enterprises* : UKM ini yang sering memiliki jiwa entrepreneurship. Banyak pengusaha skala menengah dan besar yang tadinya berasal dari kategori ini. Kalau dibina dengan baik maka sebagian dari UKM kategori ini akan masuk ke kategori empat. Jumlah kelompok UKM ini jauh lebih kecil dari jumlah UKM yang masuk kategori satu dan dua. Kelompok UKM ini sudah bisa menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.
- (4) *Fast Moving Enterprises* : ini adalah UKM tulen yang memiliki jiwa entrepreneurship yang sejati. Dari kelompok ini kemudian akan muncul usaha skala menengah dan besar. Kelompok ini jumlahnya juga lebih sedikit dari UKM kategori satu dan dua.

Secara lisan dan tulisan, banyak pihak menggunakan istilah berbeda untuk membahas industri kecil. Istilah lain yang bermakna sama dengan industry kecil adalah usaha *kecil* (*small business*), perusahaan *kecil* (*small enterprise* atau *small firm*), usaha skala kecil (*small scale*

business) dan lain-lain. Ada yang menganggap bahwa usaha kecil adalah sektor dan ada juga yang menganggap industri kecil adalah subsektor. Pemikiran ini sebaiknya diabaikan karena semua istilah itu memiliki kadar yang sama. Pendefinisian atau pengertian industri kecil sangat beragam sesuai ketentuan dan ketetapan lembaga atau departemen yang berhubungan dengannya berdasarkan kegiatan jenis usaha.

Pendefinisian industri kecil sangat beragam, berikut ini penulis sajikan definisi industri kecil dari berbagai macam sudut pandang, antara lain:

- a. Badan Pusat Statistik (2010) mendefinisikan industri kecil adalah sebuah perusahaan yang mempekerjakan sebanyak 5-19 orang tenaga kerja.
- b. Bank Indonesia (2012) mendefinisikan industri kecil adalah sebagai usaha yang memiliki aset maksimal Rp. 600.000.000,- di luar tanah dan bangunan.
- c. Departemen Keuangan mendefinisikan industri kecil adalah industri yang memiliki aset dan omset maksimal Rp. 300.000.000,- diluar tanah dan bangunan.
- d. Departemen Perindustrian dan Perdagangan mendefinisikan industri kecil adalah industri yang mempunyai nilai investasi seluruhnya sampai dengan Rp. 200.000.000,- di luar tanah dan bangunan. Hal ini sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 589/MPP/Kep/10/1999 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pemberian Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

Gie dalam Pratiwi (2006), mendefinisikan industri kecil adalah para wiraswasta yang mandiri dan tidak pernah menggantungkan diri pada siapapun. Tidak pernah terdengar suara dan tuntutan-tuntutannya karena mereka terlalu lemah dan tidak mempunyai akses pada media massa. Tidak pernah menuntut fasilitas dari pemerintah. Tidak mengerti dan tidak mungkin menguasai instrumen-instrumen canggih dan serba abstrak tetapi dasyat hasilnya.

Adapun karakteristik industri kecil menurut Tambunan dalam Pulungan (2003), adalah sebagai berikut :

- a. Proses produksi lebih *mechanized*, dan kegiatannya dilakukan di tempat (pabrik) yang biasanya berlokasi disamping rumah si pengusaha atau usaha.
- b. Sebagian besar tenaga kerja yang bekerja di industri kecil adalah pekerja bayaran (*wage labor*).
- c. Produk yang dibuat termasuk golongan barang-barang yang cukup *sophisticated*.

Badan Pusat Statistik (BPS) membagi industri kecil menjadi 9 subsektor yang terdiri dari industri makanan dan minuman, industri tekstil, barang dari kulit dan alas kaki, barang dari kayu dan hasil hutan lainnya, industri kertas dan barang cetakan, industri pupuk, kimia dan

barang dari karet, industri semen dan barang galian bukan logam, industri logam dasar besi dan baja, industri alat angkutan, mesin dan peralatannya dan industri barang lainnya.

Tabel 2.1 Ragam Pengertian UMKM Menurut Beberapa Lembaga Dan Peneliti

Lembaga	Istilah	Batasan Pengertian Secara Umum
UU No 9/95 (Usaha Kecil)	Usaha Kecil	Aset ≤ Rp. 200 juta di luar tanah dan bangunan atau Omzet ≤ Rp. 1 Milyar per bulan
INPRES No. 10/1999	Usaha Menengah	Memiliki kekayaan bersih Rp. 200 juta – Rp. 10 Milyar (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)
Badan Pusat Statistik (BPS)	Usaha Mikro	Pekerja < 5 orang termasuk tenaga kerja keluarga
	Usaha Kecil	Pekerja 5 – 9 orang
	Usaha Menengah	Pekerja 20 – 99 orang
Menteri Negara Koperasi dan UMKM	Usaha Kecil	Aset < Rp. 200 juta di luar tanah dan bangunan Omzet < Rp. 1 Milyar/ tahun atau independen
	Usaha Menengah	Aset > Rp. 200 juta atau omzet Rp. 1 – 10 milyar per tahun
Bank Indonesia (BI)	Usaha Mikro	Dijalankan oleh rakyat miskin atau dekat miskin, bersifat usaha keluarga, menggunakan sumber daya lokal, menerapkan teknologi sederhana dan mudah keluar masuk industri
	Usaha Kecil	Aset < Rp. 200 juta atau omzet Rp. 1 Milyar
	Usaha menengah	Untuk kegiatan industri, Aset < Rp. 5 milyar, untuk lainnya (termasuk jasa), aset < Rp. 600 juta di luar tanah dan bangunan atau omzet Rp. 3 Milyar per tahun
Bank Dunia	Usaha Mikro	Pekerja < 10 orang, aset < \$ 100.000 atau Omzet < \$ 100.000 per tahun
	Usaha Kecil	Pekerja < 50 orang, aset < \$ 3 juta atau Omzet < \$ 3 juta per tahun
	Usaha Menengah	Pekerja < 300 orang, aset < \$ 15 juta atau Omzet < \$ 15 juta per tahun
Staley & Morse (Modern Small Industry)	Usaha Mikro	Pekerja 1 – 9 orang
	Usaha Kecil	Pekerja 10 – 49 orang
	Usaha Menengah	Pekerja 50 – 99 orang
Anderson Tommy D (University of Gothyenberg Sweden)	Usaha Mikro	Pekerja 1 – 9 orang (Usaha Kecil I)
	Usaha Kecil	Pekerja 10 – 19 orang (Usaha Kecil II)
	Usaha Mengah	Pekerja 100 – 199 orang (Besar – Kecil)
		Pekerja 201 – 499 orang (Kecil – Menengah)
Prasetyo P. Eko (Peneliti)	Usaha Mikro	Pekerja 1 – 9 orang (industri kerajinan rumah tangga)
	Usaha Kecil	Pekerja 5 – 20 orang (industri kecil dengan mesin)
		Pekerja 10 – 49 orang (industri kecil tanpa mesin)
Usaha Menengah	Pekerja 50 – 99 orang (industri menengah)	

Sumber : Krisnamurti, (dalam Yustika, 2005)

Dalam struktur perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang produktif, yang keberadaannya mendominasi lebih dari 99% dalam struktur perekonomian nasional. Jika dicermati lebih mendalam keberadaan UMKM cukup dilematis. Di satu sisi keberadaannya dianggap sebagai penolong karena lebih mampu bertahan di masa krisis ekonomi serta menjadi tumpuan harapan masyarakat. Karena keberadaannya mampu banyak menyediakan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan, pengangguran, dan arus urbanisasi serta motor penggerak pembangunan nasional dan daerah. Di sisi lain, keberadaannya juga masih banyak menghadapi kendala dan keterbatasan baik secara internal maupun eksternal.

2.1.6 Sentra UMKM

Sentra UMKM merupakan komunitas kelompok usaha UMKM yang bernaung dan berada dalam kelompok usaha yang merasa senasib dan memiliki kepentingan yang sama

bahkan memiliki karakteristik yang cenderung sama. Sentra UMKM terbentuk tanpa sengaja atau mungkin juga disengaja karena diantara mereka dipersatukan oleh rasa kebersamaan, ingin berkembang dan membentuk suatu komunitas dalam satu tempat atau wilayah tertentu.

Komunitas ini cenderung memiliki budaya yang sama sehingga sentra UMKM dapat menjadi wadah untuk memudahkan dalam memberi pelatihan, pendampingan, pembinaan dan kepentingan lainnya. Sentra UMKM sebenarnya dapat menjadi kekuatan ekonomi baru melalui pemberdayaan kelompok usaha masyarakat yang telah diuji ketangguhannya sekaligus dapat menarik masyarakat komunitas warganya untuk bergabung dalam wadah yang lebih besar lagi sehingga sentra UMKM ini dapat dijadikan model pemberdayaan ekonomi rakyat yang tangguh dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat.

Dalam praktek bisnis UMKM, jamak diketahui bahwa tingkat efisiensi operasional UMKM bergantung pada pola-pola interaksi dan kerjasama bisnis yang disebut sebagai kaitan usaha antar perusahaan (Felzensztein dkk, 2010.), hubungan antar-perusahaan (Phele, 2004; Saito et al, 2007), atau kaitan usaha antar firma (Sato, 2000). Bentuk-bentuk kerjasama tersebut merupakan bagian dari cara-cara UMKM dalam mengatasi persoalan yang membelit dirinya baik secara internal maupun eksternal.

Lebih jauh, kaitan usaha (*inter-firm linkages*) sebagai salah satu cara kerjasama bisnis antar UMKM tersebut dikuatkan oleh pelaku-pelaku UMKM melalui pendekatan pengklasteran dalam bentuk sentra-sentra industri kecil. Di Jawa Timur, pola pengklasteran ini diadopsi sebagai kebijakan pemerintah daerah dalam mamajukan UMKM.

Interaksi bisnis yang terbentuk dalam klaster tersebut selanjutnya memfasilitasi UMKM meraih keuntungan lokasi yaitu keuntungan yang diperoleh melalui saluran pemenuhan sumber daya dan layanan yang bernilai tambah dengan mendekati usaha mereka pada pengguna akhir (Nadvi, 1999; Kuah, 2002; Kuncoro dan Supomo, 2003). Sementara itu, Felzensztein (2003) menunjukkan bahwa interaksi bisnis dalam klaster memfasilitasi UMKM pola produksi yang lebih fleksibel antar perusahaan dan meningkatkan efisiensi produksi. Interaksi tersebut juga memfasilitasi UMKM ketersediaan aliran informasi yang lebih baik dan ruang yang lebih luas untuk meningkatkan inovasi dan kinerja perusahaan.

Namun demikian, pengembangan klaster-klaster UMKM di Jawa Timur sangat terkait dengan berbagai faktor yang memengaruhinya baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, jika dilihat dari pendekatan kontingensi yang mencoba untuk membangun hubungan fungsional antara variabel-variabel lingkungan dan variabel organisasi (Boyoung, 2010), dapat dikatakan bahwa penerapan kaitan usaha dalam klaster secara efektif bergantung pada faktor-faktor seperti strategi dan preferensi manajerial. Hal ini diperlukan oleh karena kendatipun

UMKM dalam klaster di Jawa Timur selalu berusaha untuk meningkatkan kerjasama antar UMKM melalui pola-pola kaitan usaha tertentu, namun mereka juga tetap bersaing dengan sesama UMKM dalam klaster.

Dengan demikian, klaster-klaster UMKM di Jawa Timur sebenarnya mewadahi berkembangnya kerjasama dan persaingan antar UMKM yang merupakan ekspresi **dinamika internal** klaster. Keadaan tersebut sering disebut sebagai hubungan bisnis yang didasarkan pada kerjasama dan kompetisi atau *co-opetition strategy* (Solitander dan Tidström, 2010); yaitu para pelaku UMKM harus mengelola keseimbangan antara kaitan usaha antar firma dan rencana strategis yang diperlukan dari mitra usaha. Oleh karena itu, kaitan usaha yang sukses sebagai bagian dari kerjasama antar UMKM juga harus diiringi dengan kemampuan untuk memiliki strategi bisnis yang mampu beradaptasi selaras dengan perkembangan UMKM (Harvie, 2007) yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Sementara itu, secara **eksternal** pengembangan klaster-klaster UMKM Jawa Timur dipengaruhi pula oleh interaksi mereka dengan institusi eksternal yang terkait dan klaster-klaster di luar mereka. Misalnya adalah keterkaitan klaster UMKM alas kaki di Kabupaten Sidoarjo dengan klaster sepatu kulit di Kabupaten Mojokerto atau Magetan, jika dapat disinergikan selayaknya akan memberikan efisiensi kolektif bagi perkembangan UMKM di klaster-klaster tersebut.

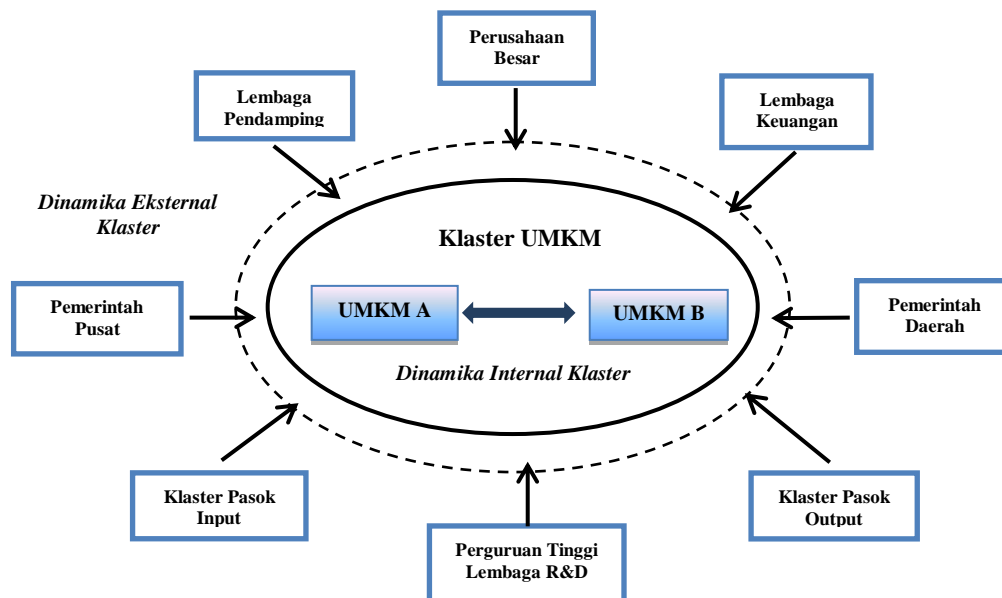
Pengertian lain daripada sentra bisa juga dirujuk dari pengertian tentang klaster (*cluster*). Sentra pada umumnya pengelompokan pelaku usaha yang memiliki usaha yang sama dan sejenis, sedangkan klaster (*cluster*) merupakan pengelompokan pelaku usaha yang bisa jadi memiliki usaha yang sama dan sejenis atau bisa juga usaha yang berbeda akan tetapi diantara usaha satu dengan yang lain bisa saling mendukung.

Konsep klaster memfokuskan perhatian pada hubungan antar pelaku dalam mata rantai nilai produk dan jasa. Konsep klaster melampaui jaringan horizontal sederhana di mana sebuah perusahaan beroperasi pada pasar produk akhir yang sama dan termasuk dalam kelompok industri yang sama, pemasaran kolektif atau pembelian. Di banyak negara, kelompok usaha ini semakin menjadi perancang kebijakan industri dan inovasi yang fokus pada faktor-faktor teritorial karena mereka mampu mendorong perbaikan kewirausahaan dan produktivitas (UNIDO, 2010).

Klaster sering bersifat lintas-sektoral; yaitu terdiri dari berbagai perusahaan yang berbeda dan saling melengkapi yang mengkhususkan diri di lini tertentu atau basis pengetahuan dalam mata rantai nilai (Roelandt dan Hertog, 1999). Untuk jalur pertumbuhan klaster tersebut, terdapat lima faktor utama yang menentukan, yaitu: 1) ukuran pasar, 2) saham skala ekonomi

dan ruang lingkup, 3) tingkat upgrade, 4) sifat dari pendukung institusi, dan 5) bentuk efisiensi kolektif (Uzor, 2004). Intinya, esensi kluster industri terletak pada kemampuan mereka untuk mengembangkan hubungan bisnis melalui kemitraan strategis antara perusahaan, pelanggan, pemasok, dan lebih luas lagi adalah komunitas bisnis (Nel dan Makuwaza, 2001; Mills, dkk, 2008).

Schmitz (1995) berpendapat bahwa kluster akan menguntungkan perusahaan jika mereka dapat memberikan efisiensi kolektif, yaitu keunggulan kompetitif yang ditimbulkan oleh "ekonomi eksternal" dan "aksi bersama". Sejalan dengan pandangan ini, Titze dkk. (2008) memberikan perspektif yang lebih fungsional tentang kluster yang didefinisikan sebagai 'jaringan produsen perusahaan yang saling tergantung (termasuk pemasok khusus) dihubungkan satu sama lain dalam rantai produksi nilai tambah'. Dinamika kluster UMKM ini dapat dijelaskan pada Gambar 2.3 berikut:



Sumber : Tambunan (2005)

Gambar 2.3 Dinamika Internal – Eksternal Kluster Industri Kecil

Mengacu pada Gambar 2.3 tersebut, terlihat jelas bahwa UMKM yang beroperasi dalam kluster akan mampu memperoleh banyak keuntungan dari "ekonomi eksternal", yaitu, keuntungan yang dihasilkan dari adanya "kedekatan geografis" seperti ketersediaan tenaga kerja yang terampil dan imbas pengetahuan. Dalam hal ini, Dahl dan Pedersen(2002: 5) menyatakan bahwa:

“Ketika perusahaan yang sejenis beroperasi dalam kluster, perusahaan akan berbagi seperangkat nilai-nilai dan pengetahuan sehingga berperan penting dalam membangun lingkungan budaya industrial. Dalam lingkungan ini, perusahaan dihubungkan oleh hubungan informal tertentu dalam campuran yang kompleks antara **kerjasama** dan **kompetisi**.....Dengan

adanya budaya ini dan berbagai lembaga ikut menyediakan layanan jaringan dengan mengatur pameran dagang, konferensi, seminar, dan kegiatan sosial, maka pembentukan hubungan dan kontak informal ini akan semakin diperkuat oleh kegiatan-kegiatan bisnis yang sedang berlangsung.”

Sebagaimana pernyataan Schmitz (1995) tentang efisiensi kolektif, yaitu keunggulan kompetitif yang disebabkan oleh "ekonomi eksternal" dan "aksi bersama", maka UMKM yang beroperasi dalam klaster industri kecil sangat perlu membangun kerjasama antar UMKM yang selaras dengan persaingan yang sehat antar mereka. Hal ini dapat diwujudkan dengan cara setiap UMKM membangun kaitan usaha antar firma (*inter-firm linkages*) dengan UMKM yang sederajat (*horizontal linkage*), UMKM pemasok input (*backward linkage*), maupun UMKM pemroses output lanjutan (*forward linkage*). Di samping itu, kaitan usaha antar firma tersebut perlu dikuatkan dengan kompetisi yang sehat bagi berkembangnya inovasi dan skala usaha UMKM di internal klaster.

Dalam bahasa sederhana klaster (*cluster*) berarti kelompok, namun tidak semua kelompok industri dapat disebut sebagai klaster. Ciri utama klaster menurut Schmitz and Nadvi dalam Hartarto (2004) adalah *sectoral and spatial concentration of firms*, atau konsentrasi usaha sejenis pada lokasi tertentu.

Pentingnya klaster bagi perkembangan dan pertumbuhan industri kecil mulai menjadi topik diskusi ilmiah setelah munculnya tesis *Flexible Specialization* (Piore dan Sabel, 1984) yang didasari oleh pengalaman sukses industri kecil dan menengah di Italia Utara (*Third Italy*) dan jatuhnya sistem produksi massal di Amerika pada tahun 1970-an dan 1980-an. Italia Utara dan Tengah mempunyai beberapa industri, antara lain sepatu, pertenunan, mebel, keramik, alat-alat musik, dan pengolahan makanan. Porter (1990) dalam bukunya *The Competitive Advantages of Nations* kemudian memperkenalkan istilah klaster untuk pengelompokan industri sejenis tersebut. Klaster didefinisikan sebagai pemusatan industri sejenis dalam wilayah geografis yang dilengkapi dengan industri inti dan institusi pendukung. Klaster-klaster tersebut dapat tumbuh cepat dan berkembang serta melayani pasar ekspor dan membuka kesempatan kerja baru. (Humphrey & Schmitz, 1995). Sementara pada saat itu usaha besar di Jerman dan Inggris sedang mengalami penurunan (Rabellotti, 1995). Fenomena klaster juga terdapat di negara-negara berkembang (Nadvi dan Schmitz, 1994).

Definisi klaster berkembang dari definisi yang sempit (sederhana) sampai dengan definisi luas dan kompleks. Definisi ini berkembang seiring dengan perkembangan penelitian tentang klaster dan perkembangan kehidupan klaster itu sendiri. Pada definisi klaster secara sederhana adalah kumpulan perusahaan-perusahaan secara sektoral dan spasial yang didominasi oleh satu

sektor. Definisi ini banyak digunakan oleh peneliti-peneliti klaster yang melakukan penelitian di negara berkembang (Schmitz dan Nadvi, 1999).

Perkembangan definisi klaster diawali dari penelitian terhadap kisah sukses Italia Utara pada tahun 1980-an yang mendorong digunakannya terminologi *industrial district* yang disampaikan oleh Marshall (1920). Berdasarkan fenomena keberhasilan sukses Italia Utara tersebut kemudian dirumuskan karakteristik kunci klaster atau *industrial districts* (Schmitz dan Musyck, 1993) sebagai berikut:

- (1) Didominasi oleh usaha kecil yang beraktivitas pada sektor yang sama (spesialisasi pada sektor) atau sektor yang berhubungan;
- (2) Kolaborasi antar usaha yang berdekatan dengan berbagi peralatan, informasi, tenaga kerja terampil, dan lain sebagainya;
- (3) Perusahaan-perusahaan tersebut saling bersaing dengan lebih berdasarkan pada kualitas produk daripada menurunkan ongkos produksi termasuk upah;
- (4) Pengusaha dan pekerja memiliki sejarah panjang pada lokasi tersebut. Hal ini memudahkan saling percaya dalam berhubungan baik antara usaha kecil, antara pekerja, dan tenaga kerja terampil;
- (5) Pengusaha diorganisir dengan baik dan berpartisipasi aktif dalam organisasi mandiri;
- (6) Ada pemerintahan lokal dan regional yang aktif mendukung pengembangan klaster industri lokal atau daerah.

Tahun 1995 definisi klaster mulai dibedakan dari *industrial district*, hal ini terlihat pada saat Humphrey & Schmitz (1995) melakukan klarifikasi terhadap konsep *collective efficiency*. Mereka membedakan klaster dengan *industrial district* sebagai berikut: Klaster didefinisikan sebagai berkumpulnya perusahaan secara geografis maupun sektoral. Dengan berkumpul, klaster akan mendapatkan manfaat dari *external economies*, yaitu munculnya *supplier* yang menyediakan bahan baku dan komponen, mesin-mesin baru atau bekas dengan suku cadangnya; tersedianya tenaga kerja terampil. Klaster juga akan menarik agen yang akan menjual hasil produksi klaster ke pasar yang jauh (bukan pasar lokal), dan munculnya berbagai penyedia jasa teknik, keuangan dan akunting. Sedangkan *industrial district* (terminologi yang digunakan di Italia), akan muncul jika klaster berkembang lebih dari sekedar adanya spesialisasi dan pembagian kerja antar perusahaan dengan munculnya kolaborasi antara agen ekonomi lokal di dalam suatu wilayah, dan meningkatnya kapasitas produksi lokal dan kadang-kadang kapasitas inovasi juga meningkat (Rabellotti, 1995), serta munculnya asosiasi sektoral yang kuat.

Selanjutnya definisi kluster berkembang, Porter (1998) menyatakan bahwa suatu kelompok perusahaan dalam kluster akan terhubung karena kebersamaan dan saling melengkapi. Kedekatan produk dari perusahaan-perusahaan dalam kluster ini pada awalnya akan memacu kompetisi, tetapi selanjutnya akan mendorong terjadinya spesialisasi dan peningkatan kualitas serta mendorong inovasi untuk memenuhi diferensiasi pasar (Sukuromoto dan Hartarto, 2004).

Dengan definisi tersebut, suatu kluster industri dapat termasuk pemasok bahan baku dan input yang spesifik, sampai ke hilir (pasar atau para eksportir), termasuk juga lembaga pemerintah, asosiasi bisnis, penyedia jasa, dan lembaga lain (*universitas, think tank, training provider, standards-setting agencies, trade association*) yang mendukung perusahaan-perusahaan dalam kluster.

Sebenarnya tidak ada batasan yang pasti mengenai kedekatan geografis antara unit-unit usaha yang ada dalam suatu kluster. Kluster dapat berupa sebuah kawasan tertentu, sebuah kota sampai wilayah yang lebih luas. Suatu kluster juga dapat berupa sebuah wilayah lintas negara, seperti *Southern Germany* dengan wilayah Swiss. Kriteria geografis yang dimaksud sebenarnya lebih terletak pada apakah efisiensi ekonomis atas jarak fisik yang ada dan mewujudkan dalam berbagai aktivitas bisnis yang menguntungkan atau tidak. (Porter, 2000)

Kluster yang didefinisikan Porter menggambarkan bentuk kluster yang paling maju dan sebagian besar ditemukan di negara maju. Kluster negara maju berbeda dengan kluster-kluster di negara berkembang yang dapat dijumpai pada kluster sepatu di Brazil, India, dan Mexico; peralatan bedah di Pakistan; garmen di Peru, dan mebel di Indonesia (Schmitz dan Nadvi, 1999). Mendasarkan pada teori Schmitz, kluster pada negara berkembang lebih banyak didominasi oleh usaha kecil yang sering disebut dengan sentra (JICA, 2004).

Ciri lain dari suatu kluster adalah dalam proses pengorganisasiannya (atau proses klustering). Sebagai sebuah strategi industrialisasi maka proses klustering lebih merujuk pada apakah prosesnya dibentuk secara sadar dan terorganisir atau terbentuk dengan sendirinya. Proses klustering dengan demikian lebih menunjuk pada fenomena bahwa keping-keping unit usaha yang ada tersebut, dari segi lokasi, sebenarnya tidak tersebar secara random/acak begitu saja tetapi memang secara sengaja diorganisir dalam sebuah wilayah tertentu. Meskipun demikian tidak tertutup kemungkinan juga bahwa, tetap saja ada kemungkinan bahwa tumbuhnya pengelompokan sektoral industri menjadi kluster tersebut terjadi secara alami (tidak dibentuk).

Kluster mengarahkan jalinan kerjasama industri dengan institusi yang lain yang bermanfaat dalam kompetisi, antara lain penyedia bahan baku seperti komponen, mesin, jasa

dan penyedia spesialis infrastruktur. Klaster juga menghubungkan pembeli, perusahaan komplemen dan perusahaan dalam industri melalui ketrampilan, teknologi dan bahan baku. Pada akhirnya anggota klaster termasuk pemerintah dan institusi yang lain, seperti perguruan tinggi, agensi, pemikir (*think thank*), pendidikan kejuruan, asosiasi yang menyediakan pelatihan khusus, pendidikan, informasi, penelitian dan dukungan teknik (Porter, 1998).

Pembentukan klaster (*clustering*) juga didefinisikan sebagai proses dari unit-unit usaha dan aktor-aktor terkait untuk membangun usahanya pada lokasi yang sama dalam area geografis tertentu, yang selanjutnya bekerja sama dalam lingkungan fungsional tertentu, dengan mewujudkan keterkaitan dan kerjasama yang erat untuk meningkatkan kemampuan kompetisi bersama (*collective competitiveness*) dalam suatu pertalian usaha. Dalam definisinya Porter (1990) juga lebih menekankan pada konsep pertalian usaha yang bernilai (*value chain*) dalam rangka menghasilkan suatu jenis produk. Kedekatan jarak antar kelompok usaha selanjutnya dapat diterjemahkan menjadi ukuran nilai tambah optimal karena adanya aglomerasi.

Dampak kompetisi dalam klaster menyebabkan peningkatan produktivitas perusahaan melalui inovasi dan perluasan serta perkuatan perusahaan di dalam klaster itu sendiri (Porter, 1998).

Pemilihan klaster dilandasi dari Peraturan Presiden No. 07/2005 yang menegaskan bahwa pendekatan klaster dipilih sebagai strategi untuk meningkatkan industri Indonesia yang kompetitif.

2.1.7 Industri Kreatif Dan Kearifan Lokal

Ada beberapa definisi industri kreatif yang dikemukakan oleh berbagai ahli, yaitu sebagai berikut: Definisi industri kreatif berdasarkan United Kingdom, Department of Culture, Media, and Sport (UK DCMS) yang mendirikan Creative Industries Task Force dalam Departemen Perdagangan (2008 : 4) adalah: “*Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*”.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008:4) menggunakan acuan tersebut, sehingga di Indonesia industri kreatif didefinisikan sebagai berikut: “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

Simatupang (2007) mendefinisikan industri kreatif sebagai “industri yang berfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti seni, film, permainan atau desain fashion, dan termasuk layanan kreatif antar perusahaan seperti iklan”. John Howkins dalam bukunya yang berjudul “Creative Economy How People Make Money From Ideas”, menjelaskan bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu kegiatan ekonomi yang berasal dari pengolahan input dan output dalam bentuk gagasan (Afiff, 2012).

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep ekonomi yang menitikberatkan pada pengoptimalan informasi dan kreativitas, mengandalkan gagasan inovasi serta ketersediaan sumber daya sebagai faktor produksi utama menjalankan kegiatan ekonomi. Hal ini ditandai dengan adanya perubahan proses teknologi dari tradisional beralih ke proses modern, perubahan penggunaan sumber daya alam beralih ke pemanfaatan sumber daya manusia, dan perubahan industri dari manufaktur menjadi jasa berkembang menjadi industri kreatif.

Industri kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksplotasian idea atau kekayaan menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Berdasarkan studi, Negara Inggris mengelompokkan Industri Kreatif dalam 13 sektor antara lain *advertising, architecture, art & antiques market, craft, design, designer fashion, film & video, interactive leisure software, music, performing arts, publishing, software & computer services, television & radio*.

Mengadopsi pengklasifikasian tersebut dan didasari dengan berbagai pertimbangan, Departemen Perdagangan Republik Indonesia menetapkan bahwa di Indonesia terdapat 14 subsektor industri kreatif yang meliputi periklanan; arsitektur; pasar seni dan barang antik; kerajinan; desain; desain fesyen; video, film dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukkan; penerbitan dan percetakan; layanan computer dan piranti lunak; televise dan radio; riset dan pengembangan; serta kuliner.

Kearifan lokal adalah identitas atau kepribadian budaya sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap, bahkan mengolah kebudayaan yang berasal dari luar/bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri (Wibowo, 2015:17). Identitas dan Kepribadian tersebut tentunya menyesuaikan dengan pandangan hidup masyarakat sekitar agar tidak terjadi pergesaran nilai-nilai. Kearifan lokal adalah salah satu sarana dalam mengolah kebudayaan dan mempertahankan diri dari kebudayaan asing yang tidak baik.

Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam bahasa asing sering juga

dikonsepsikan sebagai kebijakan setempat *local wisdom* atau pengetahuan setempat “local knowledge” atau kecerdasan setempat *local genius* (Fajarini, 2014:123). Berbagai strategi dilakukan oleh masyarakat setempat untuk menjaga kebudayaannya.

Pendapat Alfian (2013: 428), Kearifan lokal diartikan sebagai pandangan hidup dan pengetahuan serta sebagai strategi kehidupan yang berwujud aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam memenuhi kebutuhan mereka. Berdasarkan pendapat Alfian itu dapat diartikan bahwa kearifan lokal merupakan adat dan kebiasaan yang telah mentradisi dilakukan oleh sekelompok masyarakat secara turun temurun yang hingga saat ini masih dipertahankan keberadaannya oleh masyarakat hukum adat tertentu di daerah tertentu. Berdasarkan pengertian di atas dapat diartikan bahwa *local wisdom* (kearifan lokal) dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat local yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Istiawati (2016:5) berpandangan bahwa kearifan lokal merupakan cara orang bersikap dan bertindak dalam menanggapi perubahan dalam lingkungan fisik dan budaya. Suatu gagasan konseptual yang hidup dalam masyarakat, tumbuh dan berkembang secara terus-menerus dalam kesadaran masyarakat dari yang sifatnya berkaitan dengan kehidupan yang sakral sampai dengan yang profan (bagian keseharian dari hidup dan sifatnya biasa-biasa saja). Kearifan lokal atau *local wisdom* dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat local yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Kearifan lokal menurut (Ratna, 2011:94) adalah semen pengikat dalam bentuk kebudayaan yang sudah ada sehingga didasari keberadaan. Kearifan lokal dapat didefinisikan sebagai suatu budaya yang diciptakan oleh aktor-aktor lokal melalui proses yang berulang-ulang, melalui internalisasi dan interpretasi ajaran agama dan budaya yang disosialisasikan dalam bentuk norma-norma dan dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, peneliti dapat mengambil benang merah bahwa kearifan lokal merupakan gagasan yang timbul dan berkembang secara terus-menerus di dalam sebuah masyarakat berupa adat istiadat, tata aturan/norma, budaya, bahasa, kepercayaan, dan kebiasaan sehari-hari.

Haryanto (2014:212) menyatakan bentuk-bentuk kearifan lokal adalah Kerukunan beragamaan dalam wujud praktik sosial yang dilandasi suatu kearifan dari budaya. Bentuk-bentuk kearifan lokal dalam masyarakat dapat berupa budaya (nilai, norma, etika, kepercayaan, adat istiadat, hukum adat, dan aturan-aturan khusus). Nilai-nilai luhur terkait kearifan lokal

meliputi Cinta kepada Tuhan, alam semester beserta isinya, Tanggung jawab, disiplin, dan mandiri, Jujur, Hormat dan santun, Kasih sayang dan peduli, Percaya diri, kreatif, kerja keras, dan pantang menyerah, Keadilan dan kepemimpinan, Baik dan rendah hati, Toleransi, cinta damai, dan persatuan.

Selain berupa nilai dan kebiasaan kearifan lokal juga dapat berwujud benda-benda nyata salah contohnya adalah wayang. Wayang kulit diakui sebagai kekayaan budaya dunia karena paling tidak memiliki nilai edipeni (estetis) adiluhung (etis) yang melahirkan kearifan masyarakat, terutama masyarakat Jawa.

Bali merupakan salah satu daerah yang masih kental nilai kearifan lokalnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan masih tingginya antusias masyarakat terhadap budaya-budaya maupun ritual keagamaan yang ada di Bali. Masih banyak lagi daerah yang mempunyai kearifan lokal untuk menunjang perekonomiannya seperti masyarakat Bantul yang terkenal dengan kesenian kearamiknya, Garut yang terkenal dengan dodolnya, Kebumen dengan genteng sokka dan masih banyak lagi. Hal tersebut merupakan bagian dari budaya kita yang berbentuk kearifan lokal.

2.1.8 Pemberdayaan Masyarakat

Konsep “pemberdayaan” (empowerment) selama ini diyakini telah dapat mengubah konsep pembangunan dan sekaligus strategi pembangunan dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat yang tujuan jangka panjangnya adalah berorientasi untuk mengentaskan kemiskinan khususnya masyarakat yang berada di daerah pedesaan dan perkotaan. Perubahan ini sering disebut sebagai perubahan paradigma atau serangkaian perubahan mulai dari tataran konsep, teori, nilai-nilai, metodologi sampai ke tataran implementasi/pelaksanaannya.

Pemberdayaan menjadi konsep kunci untuk menanggapi berbagai kegagalan dan tantangan pelaksanaan pembangunan yang telah dilaksanakan selama ini. Konsep pembangunan yang dilaksanakan selama ini dengan melakukan berbagai macam modernisasi ternyata hanya menguntungkan sebagian kecil masyarakat saja, sehingga masyarakat marjinal tidak ikut menikmati hasil-hasil pembangunan yang dicapai, dalam arti pembangunan membuat orang semakin miskin atau jumlah orang miskin semakin bertambah banyak, sehingga seolah-olah pemerintah tidak mampu untuk mengentaskan kemiskinan dan pengendalian yang seharusnya menjadi tugasnya pemerintah ternyata kurang berjalan dengan efektif sehingga dampak negatif terhadap lingkungan hidup dari pelaksanaan pembangunan yang berjalan semakin besar dan terjadi dimana-mana.

Kata “*empower*” atau “berdaya” dalam kamus bahasa ditafsirkan sebagai “berkontribusi waktu, tenaga, usaha melalui kegiatan-kegiatan berkenaan dengan perlindungan hukum”,

“memberikan seseorang atau sesuatu kekuatan atau persetujuan melakukan sesuatu”, “menyediakan seseorang dengan sumberdaya, otoritas dan peluang untuk melakukan sesuatu” atau “membuat sesuatu menjadi mungkin dan layak”.

Pemberdayaan merupakan upaya mengembangkan, memandirikan dan membuat sesuatu berkemampuan atau berkekuatan. Itu berarti bahwa pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah daerah merupakan upaya untuk mengembangkan dan memandirikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), melalui perwujudan potensi kemampuan yang dimiliki oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berfikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan tersebut. Kemandirian masyarakat adalah merupakan suatu kondisi yang dialami oleh masyarakat yang ditandai oleh kemampuan untuk memikirkan, memutuskan serta melakukan sesuatu yang dipandang tepat demi mencapai pemecahan masalah-masalah yang dihadapi dengan mempergunakan daya kemampuan yang terdiri atas kemampuan kognitif, konatif, psikomotorik, afektif, dengan mengerahkan sumberdaya yang dimiliki oleh lingkungan internal masyarakat tersebut.

Terjadinya keberdayaan pada empat aspek tersebut (konatif, afektif, kognitif dan psikomotorik) akan dapat memberikan kontribusi pada terciptanya kemandirian masyarakat yang dicita-citakan, dalam masyarakat akan terjadi kecukupan wawasan, yang dilengkapi dengan kecakapan-keterampilan yang memadai, diperkuat oleh rasa memerlukan pembangunan dan perilaku sadar akan kebutuhan tersebut. (Ambar Teguh S, 2004:80-81).

Menurut Sumodingningrat (1999: 41) pemberdayaan tidak bersifat selamanya, melainkan sampai target masyarakat mampu untuk mandiri, dan kemudian dilepas untuk mandiri, meski dari jauh dijaga agar tidak jatuh lagi. Dilihat dari pendapat tersebut berarti pemberdayaan melalui suatu masa proses belajar, hingga mencapai status, mandiri. Meskipun demikian dalam rangka menjaga kemandirian tersebut tetap dilakukan pemeliharaan semangat, kondisi, dan kemampuan secara terus menerus supaya tidak mengalami kemunduran lagi.

Sebagaimana disampaikan di muka bahwa proses belajar dalam rangka pemberdayaan akan berlangsung secara bertahap. Tahap-tahap yang harus dilalui tersebut adalah meliputi:

- 1) Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri.
- 2) Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan.

- 3) Tahap peningkatan intelektual, kecakapan keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mehandarkan pada kemandirian. (Ambar Teguh S, 2004:82-83).

Pemberdayaan dalam kaitannya dengan pembangunan dan pengentasan kemiskinan sering dikaitkan dengan beberapa hal sebagaimana berikut ini:

- 1). Tata relasi kekuasaan yang demokratik, transparan dan diakui public (*good governance*).
- 2). Transformasi ekonomi menjadi komunitas yang mandiri, berbasis pada sumberdaya local, dan penguatan sumberdaya manusia.
- 3). Promosi pengembangan komunitas melalui kekuatan sendiri dan berporos pada proses dibandingkan dengan penyelesaian suatu proyek.
- 4). Sebuah proses yang memungkinkan pengambilan keputusan kolektif dan dilanjutkan dengan tindakan kolektif.
- 5). Partisipasi penuh atau sebuah proses yang melibatkan seluruh lapisan masyarakat (tanpa terkecuali) dalam pengembangan agenda komunitas.

Pemberdayaan sebagai strategi pengentasan kemiskinan (khususnya bagi masyarakat perkotaan dan pedesaan) harus menjadi proses multidimensi dan multisegi yang memobilisasi sumberdaya dan kapasitas masyarakat.

Elemen-elemen pemberdayaan sebagaimana dimaksud di atas, haruslah terdiri dari:

- 1). Swadaya dan otonomi local dalam proses pengambilan keputusan masyarakat ditingkat desa dan kota, dan partisipasi demokrasi langsung dalam proses pemerintahan representatif yang lebih luas. Ini akan memungkinkan masyarakat menggunakan kapasitasnya untuk memanfaatkan jasa informasi, berlatih memikirkan masa depan, melakukan eksperimen dan inovasi, berkolaborasi dengan orang lain, dan mengeksploitasi kondisi-kondisi serta sumberdaya-sumberdaya baru.
- 2). Penyediaan ruang bagi masyarakat untuk menegaskan kebudayaan serta kesejahteraan spiritualnya, dan pembelajaran social yang bertumpu pada pengalaman, termasuk pengungkapan dan penerapan kearifan lokal, disamping pengetahuan teoritis dan ilmiah.
- 3). Akses terhadap tanah dan sumberdaya lainnya, pendidikan untuk perubahan, dan fasilitas perumahan serta kesehatan.
- 4). Akses terhadap pengetahuan dan ketrampilan (dari dalam maupun dari luar) untuk mempertahankan kekayaan alam secara konstan dan kapasitas alam menerima buangan.
- 5). Akses terhadap latihan ketrampilan, tehnik-tehnik pemecahan masalah, dan teknologi serta informasi tepat guna yang ada, sehingga pengetahuan serta ketrampilan yang dimiliki bisa dimanfaatkan.

6). Partisipasi dalam proses-proses pengambilan keputusan oleh semua orang, terutama perempuan dan kelompok-kelompok yang pinggir.

Pemberdayaan pada akhirnya akan memberikan kepada komunitas yang paling miskin dan terpinggirkan kapasitas yang sesungguhnya agar mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan baik sebagai masyarakat maupun komunitas.

Pemberdayaan sosio-ekonomi ini akan mendorong individu dan komunitas memperoleh tanggung jawab bersama menentukan masa depannya dan menjadi manajer atau agen perubahan yang diinginkan.

Pemberdayaan politik dan pendidikan melalui pendidikan kemandirian atau pendidikan pembebasan akan meningkatkan kapasitas komunitas perang dengan isu-isu demokrasi dan keadilan serta merasa memiliki kemampuan berbicara tentang apa yang ada dibenak pikirannya dan pandangannya terhadap dunia serta menentukan sendiri kehidupan yang dibayangkan.

Pemberdayaan teknologi melalui pengakuan atas pengetahuan lokal dan ketrampilan melalui kerjasama internasional adalah penting untuk memecahkan dilemma pertumbuhan, kelestarian lingkungan hidup dan kesejahteraan umat manusia. Hal ini akan melibatkan perkembangan dan bertukar teknologi yang akan mampu meningkatkan produktivitas tenaga kerja, pendapatan, kesejahteraan dan mengurangi dampak buruk kerusakan lingkungan hidup.

Pemberdayaan kebudayaan dan spiritual bertujuan memahami kebudayaan dan spiritualitas sebagai basis eksistensi manusia dan sebagai landasan keberlanjutan peradaban umat manusia.

Modal sosial dapat diterapkan untuk berbagai kebutuhan, namun yang paling banyak adalah untuk upaya pemberdayaan masyarakat. World Bank memberi perhatian yang tinggi dalam mengkaji peranan dan implementasi modal sosial khususnya untuk pengentasan kemiskinan di negara-negara berkembang (Syahyuti, 2008).

World Bank dalam Mardikanto dan Soebianto (2013) bahwa pemberdayaan masyarakat sebagai upaya untuk memberi kemampuan kepada kelompok masyarakat (miskin) untuk mampu menyuarakan pendapat dalam memilih sesuatu (konsep, metode, produk, tindakan, dll.) Harizi dalam Mardikanto dan Soebianto (2013) menyatakan perubahan-perubahan itu hanya akan terwujud jika dilaksanakan oleh individu-individu atau sekelompok orang yang memiliki sikap, pengetahuan, dan keterampilan tertentu yang diandalkan, dan seringkali juga memerlukan kelembagaan tertentu.

Menurut Lin dalam Yustika (2013) modal sosial dapat meningkatkan efektivitas pembangunan melalui : (1) tersedianya aliran informasi. Dalam pasar yang tidak sempurna ikatan sosial dalam posisi lokasi/hierarki yang strategis dapat menyediakan individu dengan

informasi yang berguna tentang kesempatan dan pilihan-pilihan. Sebaliknya, individu yang tidak memiliki posisi yang strategis, dipastikan tidak memiliki keuntungan tersebut. Dengan informasi yang sudah didapat berarti individu tersebut bisa mengurangi biaya transaksi untuk melakukan kegiatan ekonomi; (2) ikatan sosial (*social ties*) bisa memengaruhi pelaku (*agents*), misalnya supervisor organisasi, yang memiliki peran penting (*crucial role*) dalam pengambilan keputusan (seperti penggajian atau promosi). Terbangunnya pengaruh yang semakin kuat antar pelaku pembangunan dalam pengambilan keputusan; (3) ikatan sosial mungkin diberikan oleh organisasi atau pelakunya sebagai sertifikasi kepercayaan sosial individu (*individual's social credentials*), yakni sesuatu yang merefleksikan aksesibilitas individu terhadap sumber daya lewat jaringan dan relasi yang dimiliki; (4) hubungan social diharapkan dapat memperkuat kembali identitas dan pengakuan (*recognition*). Penguatan kembali (*reinforcements*) tersebut sangat esensial bagi pemeliharaan kesehatan mental dan pembagian sumber daya (*entitlement to resources*). Jadi, keempat elemen tersebut, informasi, pengaruh, kepercayaan sosial dan penguatan kembali mungkin bisa menjelaskan mengapa modal sosial bekerja dalam tindakan-tindakan instrumental dan ekspresif yang tidak dapat dihitung dalam bentuk modal personal (*personal capital*), seperti modal ekonomi atau modal manusia.

Modal sosial adalah ilmu yang sangat menarik untuk dikaji karena dapat dilihat dari berbagai pandangan. Konsep mengenai modal sosial sudah lama dijalankan walau sebenarnya mengenalkan dan mengkaji mengenai modal sosial baru beberapa dekade terakhir di telusuri di beberapa negara khususnya di negara berkembang. Konsep modal sosial baru-baru ini sangat menarik untuk dikaji, ini dibuktikan dengan banyaknya muncul kajian-kajian mengenai modal sosial yang dihubungkan dengan berbagai bidang ilmu karena modal sosial mampu dilihat dari berbagai bidang ilmu seperti ekonomi, sosiologi, politik, dan juga dalam teori manajemen yang mana sangat mampu untuk melibatkan unsur ini pada berbagai bidang di dalam menuntaskan persoalan (Portes, 1998; Burt, 2000; Woolcock & Narayan, 2000; Mouw, 2006).

Melihat kontribusi modal manusia lebih mengacu pada pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh pelaku ekonomi dan berbeda dengan modal sosial lebih pada interaksi, yang sama-sama dapat digunakan untuk tujuan produktif, sehingga menghasilkan pendapatan. Sejauh ini, belum ada kesepakatan umum tentang konsep modal sosial dan definisi khusus mengenai modal sosial dan hal ini sudah berkali-kali diungkapkan (lih, Akcomak dan ter Weel 2006). Dalam paparan ini dapat dipahami modal sosial sebagai sumber daya material dan bahan yang mampu dipadukan dalam bentuk kelompok atau individu yang berdasarkan pada hubungan yang memiliki jaringan tahan lama dan tidak mampu diraba dan dihitung dalam

angka dalam waktu yang singkat sebenarnya dalam konsep modal manusia tentu dapat dipahami lebih dalam lagi dan mampu diukur dengan cepat misalnya dampak pendidikan terhadap kemajuan bisnis. Dalam beberapa dekade terakhir kedua bentuk modal tersebut yaitu modal sosial dan modal manusia telah digunakan bersama-sama dalam studi berbagai topik, seperti kinerja sekolah (Coleman 1988), pembubaran perusahaan (Pennings, Lee Witteloostuijn 1998), keuntungan organisasi (Nahapiet dan Ghoshal, 1998), dan inovasi di tingkat negara (Dakhli dan De Clercq 2003).

Meningatkan kembali peran dari modal manusia dan modal sosial membuat para peneliti kewirausahaan baru-baru ini juga mulai memperhatikan interaksi modal manusia dan modal sosial seperti apa yang sudah diungkapkan diatas (Honig 1998; Brüderl dan Preisendörfer 1998; Renzulli, Aldrich dan Moody 2000; Anderson dan Miller 2003; Davidson dan Honig 2003; Bosma et al 2004, Mosey dan Wright 2007) yang mampu diungkapkan dalam beberapa penelitian. Para peneliti sudah mencoba mengkombinasikan kedua modal tersebut dalam bentuk satu perpaduan dalam melihat arti modal tapi meskipun sudah dilakukan banyak penelitian, literatur tentang peran modal manusia dan modal sosial dalam kewirausahaan masih terbatas dan dalam beberapa kasus kontradiktif. Banyak penelitian tidak membahas interaksi antara manusia dan modal sosial. Beberapa kontributor berpendapat bahwa dalam ilmu kewirausahaan modal manusia dan modal sosial adalah pengganti, sementara yang lain melihatnya sebagai pelengkap.

Pandangan (Costa, 2001) menunjukkan bahwa individu-individu yang terhubung lebih baik menghabiskan lebih sedikit waktu menganggur dan dibayar lebih baik dalam dua kontribusi penting bagi ekonomi tenaga kerja. Namun, hanya sedikit artikel sampai saat ini telah membahas kontribusi modal sosial untuk pertumbuhan ekonomi di kerangka teoritis. Dalam (Beugelsdijk., 2004) agen memiliki preferensi untuk bersosialisasi, yang mereka *trade off* terhadap kesejahteraan materi. Partisipasi dalam jaringan sosial adalah memakan waktu dan datang pada biaya partisipasi dalam bidang ekonomi formal dan waktu kerja.

Dan dari berbagai pandangan mengenai konsep pemberdayaan, maka dapat disimpulkan, bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan ketrampilan, yang harus dilakukan secara multi aspek, baik dari aspek masyarakatnya sendiri, maupun aspek kebijakannya.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat perkotaan dan pedesaan, pada dasarnya juga berkaitan dengan keberadaan dan keberhasilan usaha-usaha sektor informal yang sekarang ini

banyak bermunculan di tengah-tengah bangkitnya ekonomi Indonesia dari krisis ekonomi global yang melanda dunia.

Pada prinsipnya, UMKM merupakan salah satu sektor yang cukup berperan dalam membangun perekonomian bangsa Indonesia. Di saat krisis ekonomi global sedang melanda sekarang ini, baik melanda kalangan usaha di tingkat internasional maupun kalangan usaha di Indonesia, sektor UMKM mampu menjadi "katup pengaman" agar tenaga kerja tidak sampai menganggur.

Adanya UMKM menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia. Studi menunjukkan bahwa UMKM memberi kontribusi yang besar bagi lapangan kerja di banyak negara. Kemudian pemanfaatan sumber daya lokal, yaitu dengan memaksimalkan pemanfaatan bahan mentah lokal yang membutuhkan teknologi sederhana. Memperbesar Output, yaitu dengan memberi kontribusi yang sangat besar pada output nasional dalam ekonomi rakyat. Mendorong pengembangan inovasi dan teknologi. Semua industri modern dimulai dari industri yang sederhana, dan negara berkembang dapat melakukan "lompatan kodok" untuk maju dengan meniru pengalaman negara maju. UMKM juga memproduksi barang setengah jadi bagi perusahaan korporat besar.

(1) Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Manusia adalah makhluk sosial dimana aktivitas yang dilakukan tidak dapat lepas dari orang lain dan setiap manusia ingin hidup dengan sejahtera. Kondisi Sejahtera yang dimaksud menunjuk pada kesejahteraan sosial, yaitu tercukupinya kebutuhan material dan non-material. Dalam masyarakat Indonesia, kondisi sejahtera itu diartikan hidup aman dan bahagia karena semua kebutuhan dasar dapat terpenuhi, seperti makanan yang cukup, gizi, kesehatan, tempat tinggal, pendidikan, pendapatan yang layak dan perlindungan.

Friedlander dalam Suud (2006: 8) menjelaskan bahwa kesejahteraan sosial merupakan sistem yang terorganisasi dalam bentuk pelayanan-pelayanan oleh lembaga-lembaga sosial yang bermaksud untuk membantu individu-individu dan kelompok-kelompok agar mencapai tingkat hidup dan kesehatan yang memuaskan dan hubungan-hubungan personal dan sosial yang memberi kesempatan kepada mereka untuk mengembangkan seluruh kemampuan serta untuk meningkatkan kesejahteraan sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya.

Kesejahteraan sosial sebagai sebuah pelayanan, kesejahteraan sosial adalah suatu sistem peraturan, program-program, kebaikan-kebaikan, pelayanan-pelayanan yang dapat memperkuat atau menjamin penyediaan pertolongan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sosial yang diakui sebagai dasar bagi penduduk dan keteraturan sosial. Sukirno (2004: 201) menyatakan

bahwa modal adalah segala barang-barang yang akan diciptakan oleh manusia dengan tujuan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa yang akan digunakan kembali oleh masyarakat. Barang-barang dan jasa yang dihasilkan berguna untuk meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan manusia tersebut. Kunci pengentasan kemiskinan adalah memberdayakan masyarakat miskin, bukan hanya sekedar memberikan bantuan (Sajogyo, 2002: 16).

Dalam tatanan kehidupan ekonomi, usaha kecil dan menengah mempunyai peranan yang sangat strategis dalam upaya untuk mengentaskan kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Koperasi dan UMKM akan memberikan kesempatan berusaha dan kesempatan kerja sebagai perwujudan dari program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Sasaran pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat dilihat dari berbagai macam perspektif, antara lain :

1. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*)
2. Memperkuat potensi atau sumberdaya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*).
3. Proses pemberdayaan harus melindungi dan mencegah (*protecting*) yang lemah bertambah lemah yang disebabkan karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat.

Dalam perspektif pemberdayaan, keberadaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan segala karakteristiknya dituntut untuk menangkap peluang serta meminimalisir hambatan atau tantangan dalam situasi ekonomi yang sangat sulit, yaitu fleksibilitas yang tinggi, dan dengan dukungan manajemen yang memadai dalam menghasilkan produk dan jasa. Hal ini telah terbukti pada era tahun 1998-an yang lalu, masa dimana ekonomi Indonesia mengalami krisis, akan tetapi sektor usaha UMKM ini masih tetap dapat eksis dan bertahan apabila dibandingkan dengan skala usaha menengah dan besar yang kebanyakan terkena dampaknya.

Secara umum dapat dikemukakan bahwa pada dasarnya karakteristik UMKM yang umum dijumpai adalah : (a) Proses produksi dan hasil produksi menggunakan teknologi madya dan sederhana, (b) Menyerap banyak tenaga kerja (padat karya) dan tidak mensyaratkan keahlian khusus, (c) Cenderung tumbuh secara berkelompok dan kemudian membentuk sentra menurut jenisnya, (d) Tumbuh dan berakar dari bakat ketrampilan yang bersifat turun temurun.

Mengacu pada karakteristik yang dimiliki oleh sektor usaha UMKM diatas, menggambarkan adanya beberapa keterbatasan berupa lemahnya kemampuan mengakses sumber-sumber kemajuan usaha. Kendala berupa rendahnya kemampuan dan akses yang ada pada UMKM tersebut, antara lain karena disebabkan oleh : (a) Rendahnya kemampuan akses pada sumber-sumber informasi, (b) Rendahnya kemampuan untuk meningkatkan akses dan

peluang pasar, (c) Rendahnya kemampuan dan akses terhadap sumber-sumber permodalan termasuk perbankan, (d) Rendahnya kemampuan dalam penguasaan dan pemanfaatan teknologi, (e) Rendahnya kemampuan dalam mengembangkan organisasi dan manajemen, (f) Lemahnya pembentukan jaringan usaha atau kemitraan antara sesama usaha kecil dan besar.

(2) Pemberdayaan Koperasi Dan UMKM

Dalam melaksanakan kegiatan usahanya, para pelaku usaha koperasi dan UMKM selama ini masih banyak menghadapi permasalahan-permasalahan dari sisi operasionalnya, dimana permasalahan-permasalahan dimaksud secara klasik memang dialami dari dahulu sampai sekarang. Pokok permasalahannya adalah rendahnya produktivitas yang berakibat pada terjadinya kesenjangan yang sangat lebar antar pelaku koperasi dan UMKM. Perkembangan produktivitas tenaga kerja koperasi dan UMKM belum menunjukkan perkembangan yang berarti. Hal tersebut berkaitan dengan 1) rendahnya kualitas sumber daya manusia Koperasi dan UMKM khususnya bidang manajemen, organisasi, penguasaan teknologi dan pemasaran, 2) rendahnya kompetisi kewirausahaan Koperasi dan UMKM.

Berangkat dari kondisi banyaknya persoalan-persoalan yang dihadapi oleh para pelaku usaha Koperasi dan UMKM diatas, maka Kementrian Negara KUMKM telah melaksanakan program pemberdayaan KUMKM yang dilaksanakan secara berkesinambungan, terpadu dan dinamis. Melalui program pemberdayaan Koperasi dan UMKM ini, pemerintah berkeinginan untuk mengentas kemiskinan dengan menggerakkan ekonomi kerakyatan. Dengan adanya program pemberdayaan KUMKM ini pemerintah berharap akan dihasilkan suatu program peningkatan dan pemberdayaan KUMKM yang bersifat terstruktur, berkelanjutan dimasa yang akan datang. Selain itu dapat menyelaraskan struktur perencanaan nasional, mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional diatas 6% pertahun, mengurangi pengangguran, menurunkan tingkat kemiskinan, mendominasi sektor riil, dan memperbaiki pemerataan pendapatan masyarakat.

Melalui program pemberdayaan KUMKM Kementrian Koperasi dan UMKM pada hakekatnya bertujuan untuk mengangkat dan memposisikan sektor usaha koperasi dan UMKM menjadi lebih baik dan mandiri secara ekonomi. Pemberdayaan koperasi dan UMKM sebagai salah upaya yang menjadi program pemerintah untuk terwujudnya koperasi dan UMKM yang mandiri dan berdaya saing secara ekonomi sehingga akan meningkatkan kesejahteraan

masyarakat pada umumnya dan para pelaku usaha koperasi koperasi dan UMKM pada khususnya.

Sejak era orde baru masalah kemiskinan, pengangguran dan kesenjangan penguasaan asset nasional merupakan masalah pelik yang menjadi kendala dalam rangka mengoptimalkan pemanfaatan potensi sumberdaya nasional. Kondisi ini menjadi indikator bahwa masyarakat banyak belum berperan sebagai subyek dalam pembangunan. Menjadikan rakyat sebagai subyek pembangunan adalah memberikan hak-haknya untuk berpartisipasi dalam pembentukan dan pembangian produksi nasional. Untuk sampai pada tujuan tersebut, rakyat perlu dibekali modal material dan mental. Indikator ini juga telah menginspirasi perlunya pemberdayaan ekonomi rakyat yang kemudian berkembang menjadi isu untuk membangun sistem perekonomian yang bercorak kerakyatan.

Restrukturisasi ekonomi dengan sasaran menggerakkan ekonomi rakyat sesungguhnya bukan lagi dijadikan sebagai wacana, tetapi secepatnya harus diaktualkan. Belum terlaksananya restrukturisasi ekonomi ini menjadi salah satu sumber keterpurukan ekonomi sejak awal kemerdekaan sampai dengan sekarang. Dalam hal ini Swasono dalam Nasution (1999) menyatakan “Hubungan perekonomian sejak zaman kolonial sampai hingga sekarang tercatat penuh dengan ketimpangan struktural, antara lain berwujud Economic slavery, berlakunya Poenale sanctie, Cultuur stelsel, berlakunya hubungan Toeanhamba, Hubungan Taouke-kuli sampai kehubungan kerja inti plasma”. Hubungan yang demikian bukan merupakan ciri keadilan di bidang ekonomi, yang tanpa adanya restrukturisasi melalui usaha menggerakkan ekonomi tidak akan dapat dihapuskan.

Selama ini juga telah banyak diupayakan usaha-usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam kerangka untuk menggerakkan ekonomi rakyat yang terutama bertujuan untuk mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran. Namun demikian usaha-usaha yang telah dijalankan nampaknya belum berdampak secara optimal terhadap hasil yang dicapai.

Berbicara masalah menggerakkan ekonomi rakyat sesungguhnya tidak akan terlepas dari pembicaraan mengenai usaha memberdayakan usaha koperasi dan UMKM. Hal ini disebabkan karena pada hakikatnya usaha koperasi dan UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki potensi besar untuk mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran.

Keunggulan usaha sektor koperasi dan UMKM dalam hal ini karena sektor usaha ini memiliki beberapa karakteristik yang spesifik, antara lain :

- a. Sebagian besar usaha kopersi dan UMKM merupakan kegiatan padat karya, yang banyak memanfaatkan sumberdaya lokal;
- b. Selang waktu produksi (*time lag*) relatif singkat, atau produksi dapat dilakukan secara cepat;

c. Nilai ICOR kegiatan usaha koperasi dan UMKM relatif rendah

Disamping memiliki keunggulan yang sangat prospektif di atas, UMKM juga menghadapi permasalahan yang tidak sedikit. Pemberdayaan UMKM dan koperasi sampai sekarang ini masih bergelut pada masalah-masalah klasik seperti kesulitan akses terhadap permodalan, pasar, teknologi dan informasi.

Masalah rendahnya kualitas SDM UMKM, masalah belum optimalnya fungsi lembaga pemberdayaan UMKM dan masalah iklim usaha yang belum sepenuhnya berpihak kepada UMKM. Kondisi yang demikian menyebabkan upaya-upaya yang dilakukan oleh UMKM sendiri terlihat masih berjalan ditempat.

Sesuai dengan Rencana Strategis Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Provinsi Jawa Timur Tahun 2014 – 2019, program pemberdayaan ekonomi bagi sektor usaha koperasi dan UMKM ini dapat dilakukan melalui :

a. Program Pemberdayaan Usaha Skala Mikro

Pada usaha skala mikro, program ini bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal berskala mikro, melalui upaya peningkatan kapasitas usaha, sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri, berkelanjutan, dan siap untuk tumbuh dan bersaing.

Program ini akan memfasilitasi peningkatan kapasitas usaha mikro, dan ketrampilan pengelolaan usaha, serta sekaligus mendorong adanya kepastian, perlindungan, dan pembinaan usaha. Kegiatan pokok yang akan dilaksanakan difokuskan, antara lain :

1. Peningkatan kapasitas kelembagaan dan kualitas layanan lembaga keuangan mikro
2. Pendidikan kemasyarakatan produktif melalui bimtek manajemen usaha dan kewirausahaan bagi usaha mikro
3. Pengembangan usaha mikro pada sentra-sentra produksi/klaster
4. Fasilitasi penataan dan pemberdayaan PKL

Program ini untuk memenuhi target sasaran Meningkatnya jumlah wirausaha baru dan Omset UMKM di Sentra. Sasaran ini dimaksudkan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha bagi masyarakat yang tercermin dari meningkatnya pelaku wirausaha. Adapun indikator yang digunakan adalah pertumbuhan wirausaha baru.

b. Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah.

Program ini bertujuan mengembangkan jiwa dan semangat kewirausahaan, dan

meningkatkan daya saing UKM, sehingga pengetahuan serta sikap wirausaha baru semakin berkembang, produktivitas meningkat, wirausaha baru berbasis pengetahuan dan teknologi meningkat jumlahnya, dan ragam produk-produk unggulan semakin berkembang.

Kegiatan pokok yang akan dilaksanakan difokuskan, antara lain, pada :

1. Peningkatan kualitas produk UKM dan fasilitasi tentang HAKI
2. Pendidikan kemasyarakatan produktif dalam rangka pemasyarakatan kewirausahaan dan pengembangan sistem insentif bagi wirausaha baru
3. Pendidikan kemasyarakatan produktif dalam rangka peningkatan peran wanita pengusaha dalam pembangunan koperasi dan UMKM
4. Fasilitasi pengembangan inkubator teknologi dan bisnis
5. Pemberdayaan UMKM melalui Klinik UMKM Jawa Timur
6. Fasilitasi penumbuhan WUB
7. Memfasilitasi peningkatan kemitraan usaha bagi usaha mikro kecil dan menengah
8. Pembinaan kemampuan dan ketrampilan kerja bagi UMKM di lingkungan IHT dan atau daerah penghasil bahan baku industri hasil tembakau
9. Pembinaan kemampuan dan ketrampilan kerja bagi anggota koperasi di lingkungan IHT dan atau daerah penghasil bahan baku industri tembakau.

Program ini untuk mendukung sasaran Meningkatnya Standarisasi UMKM dan Produk UMKM. Sasaran ini bertujuan untuk mewujudkan pelaku UMKM yang dapat bersaing di level global dengan produk yang berstandarisasi dan legalitas UMKM yang terstandar. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur tercapainya sasaran ini adalah Persentase UMKM yang terstandar dan jumlah produk UMKM yang terstandar. Hal ini dinilai penting karena dengan produk UMKM yang telah diakui oleh internasional dengan standarisasi global maka pangsa pasarnya akan lebih luas dan dapat diakui di level global.

c. Program Peningkatan Manajemen Usaha Koperasi

Program ini bertujuan untuk memberikan dukungan terhadap upaya penguatan kapasitas usaha koperasi sektor pertanian, perikanan dan perdagangan Koperasi dan anggotanya, termasuk pasar ekspor, melalui pengembangan lembaga pemasaran, jaringan usaha termasuk kemitraan usaha, dan pengembangan sistem transaksi usaha yang bersifat on-line, terutama bagi komoditas unggulan berdaya saing tinggi.

Program ini bertujuan untuk mewujudkan sasaran Meningkatnya Produktivitas Koperasi. Sasaran ini bertujuan untuk mewujudkan peningkatan kinerja usaha

koperasi. Sasaran ini dapat diukur melalui pertumbuhan volume usaha Koperasi dan peningkatan SHU Koperasi. Apabila perputaran dan penambahan SHU itu semakin meningkat, maka mengindikasikan bahwa Koperasi tersebut telah berkontribusi pada masyarakat pada umumnya, dan pada anggota Koperasi pada khususnya. Implikasi dari kondisi ini adalah kesejahteraan masyarakat yang secara tidak langsung akan meningkat juga.

d. Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM

Program ini bertujuan mempermudah, memperlancar dan memperluas akses UMKM kepada sumber daya produktif agar mampu memanfaatkan kesempatan yang terbuka, dan potensi sumber daya lokal, serta menyesuaikan skala usahanya sesuai tuntutan efisiensi.

Sistem pendukung dibangun melalui pengembangan lembaga pendukung/penyedia jasa pengembangan usaha yang terjangkau, semakin tersebar dan bermutu untuk meningkatkan akses UMKM terhadap pasar dan sumber daya produktif, seperti sumber daya manusia, modal, pasar, teknologi dan informasi, termasuk mendorong peningkatan fungsi intermediasi lembaga-lembaga keuangan bagi UMKM. Kegiatan pokok yang akan dilaksanakan difokuskan antara lain :

1. Peningkatan pengendalian usaha simpan pinjam
2. Peningkatan jejaring usaha simpan pinjam
3. Peningkatan kapasitas pengelola KSP
4. Penguatan kualitas layanan usaha KSP
5. Pengembangan forum stakeholder Koperasi dan UMKM
6. Fasilitasi sarana promosi dan sistem informasi pemasaran produk UMKM
7. Promosi produk UMKM melalui pameran dalam dan luar negeri
8. Peningkatan dan perluasan akses permodalan kopwan
9. Fasilitasi pembiayaan melalui koperasi jasa keuangan syariah
10. Fasilitasi permodalan KSP

Program ini bertujuan untuk mewujudkan sasaran Meningkatkan Kinerja Koperasi Simpan Pinjam. Sasaran ini bertujuan untuk mewujudkan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) yang sehat. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur tercapainya sasaran ini adalah pertumbuhan KSP Sehat. Hal ini dinilai penting karena dengan sehatnya suatu KSP, maka telah mengindikasikan bahwa KSP tersebut telah memiliki sistem manajemen yang baik.

Arah dan tujuan program pemberdayaan sektor usaha koperasi dan UMKM seperti yang diuraikan diatas, semata-mata didalam kerangka untuk memperbaiki dan meningkatkan fungsi

manajemen bagi para pelaku usaha sektor koperasi dan UMKM agar kinerjanya dapat lebih baik dan usaha yang dijalankannya dapat lebih berdaya saing.

Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi diberbagai sektor; (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar; (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat; (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi; serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor. Peran koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah sangat strategis dalam perekonomian nasional, sehingga perlu menjadi fokus pembangunan ekonomi nasional pada masa mendatang.

Pemberdayaan UMKM dapat meningkatkan stabilitas ekonomi makro, karena menggunakan bahan baku lokal dan memiliki potensi ekspor, sehingga akan membantu menstabilkan kurs rupiah dan tingkat inflasi. Pemberdayaan UMKM akan menggerakkan sektor riil, karena UMKM umumnya memiliki keterkaitan industri yang cukup tinggi. Dengan kata lain pemberdayaan UMKM akan memberikan perluasan lapangan pekerjaan dan peningkatan pendapatan sehingga dapat mendukung pembangunan dan pertumbuhan ekonomi (Anonymous, 2003).

2.2 Kajian Empiris

Li and Matlay, 2006 dalam judulnya "*Chinese entrepreneurship and small business development*" menjelaskan tentang iklim kewirausahaan di negara China bahwa kebijakan pemerintahan daerah berperan dalam mengembangkan aktivitas kewirausahaan di wilayah pedesaan. Kepedulian pemerintah dalam merespon kebutuhan perusahaan swasta serta budaya berpengaruh terhadap kewirausahaan.

Penelitian Hisrich and Drnovsek 2002 dalam judulnya "*Entrepreneurship and small business research a European perspective*". Penelitian ini menjelaskan tentang perspektif kewirawusahaan membawa dampak terhadap banyak aspek diantaranya adalah pendidikan, bisnis, pemerintahan dan beberapa komunitas tentang kehidupan. Peningkatan daya kreasi dan pengembangan perusahaan kecil membawa perubahan secara signifikan terhadap dunia pendidikan.

Penelitian Gibb, 2000 dalam judulnya "*Small and medium enterprise development: Borrowing from elsewhere*" Penelitian ini menjelaskan isu-isu tentang transformasi ide dan budaya pada pengembangan usaha perusahaan kecil dan menengah. Hasil Penelitian ini menanyakan tentang peran negara dalam mengembangkan sektor usaha kecil dan menengah ?,

Dimana posisi akademisi dalam proses perubahan ? Dimana letak relevansi tantangan perubahan di masa depan ?. Bagaimana dan dimana kita harus memulai menangani isu tersebut ?. Beberapa pertanyaan ini sebenarnya memberi sinyal kepada para pengambil keputusan bawah pemerintah, kalangan akademis dan pihak terkait harus memiliki sikap yang jelas bagaimana mengembangkan usah sektor UMKM.

2.3 Renstra Penelitian Perguruan Tinggi

Rencana strategis penelitian perguruan tinggi (RSP-PT) disusun dalam rangka mewujudkan tercapainya pelaksanaan tridarma bidang penelitian yang terarah dan berkesinambungan, sehingga memberi kontribusi riil bagi pemecahan permasalahan atau problem yang muncul di tengah masyarakat. Rencana strategis penelitian (RSP) disusun dengan memperhatikan isu-isu strategis pada tingkat lokal maupun nasional sehingga membantu para peneliti/dosen di lingkungan perguruan tinggi untuk turut berpartisipasi dalam mengatasi problem masyarakat. Orientasi penelitian di lembaga ini diarahkan pada kajian interdisiplin pada kajian **“Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi sumberdaya alam dan kearifan lokal”** oleh karena itu dalam renstra penelitian perguruan tinggi dirumuskan kedalam delapan riset unggulan institusi yang meliputi: 1) Kriminalitas dan patologi sosial, 2) Pengelolaan bencana dan lingkungan, 3) Pengentasan kemiskinan, 4) Ketahanan dan keamanan pangan, 5) Manajemen pemerintahan dan kebijakan sosial, 6) Pendidikan, seni budaya dan industri kreatif, 7) Pembangunan ekonomi berkelanjutan, 8) Teknologi komunikasi informasi (ICT).

2.3.1 Roadmap Penelitian Institusi dan Unggulan Fakultas Ekonomi

Mengacu pada riset unggulan perguruan tinggi selanjutnya dikembangkan suatu riset unggulan pada tingkat pusat kajian/fakultas agar dapat menampung para peneliti pada tingkat fakultas sesuai dengan minatnya. Adapun riset unggulan fakultas ekonomi telah dirumuskan dengan tema: **“Peningkatan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat dan sektor bisnis berbasis nilai dan kearifan lokal”**. Relevansi tema riset unggulan institusi dan fakultas ekonomi tercermin pada tema **Pengentasan Kemiskinan**. Tema pengentasan kemiskinan juga dapat disinergikan dengan tema lainnya yaitu **Model pendidikan, seni dan industri kreatif yang kontributif mengurangi kemiskinan**, hal ini memiliki relevansi dalam membangun riset inovatif sebagaimana periset usulkan dalam judul penelitian terapan unggulan perguruan tinggi (PTUPT) yang merujuk pada tema pengentasan kemiskinan dan model pendidikan, seni dan industri kreatif.

Roadmap Riset Unggulan tema: Pengentasan Kemiskinan



Riset Dasar 2016-2020	Riset Terapan 2021-2025	Riset Pasar 2026-2030
<ul style="list-style-type: none"> a. Model pengentasan kemiskinan b. Model teknologi yang efektif dan efisien mengurangi masalah infrastruktur masyarakat miskin c. Model teknologi pangan dan budidaya ikan yang bernilai komersial d. Model sistem perekonomian dan kebijakan yang mengurangi beban sosial akibat kemiskinan e. Model pendidikan, seni dan industri kreatif yang kontributif mengurangi kemiskinan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Implementasi Model pengentasan kemiskinan b. Uji terapan terhadap model kebijakan dan sistem hukum dalam mengurangi angka kematian c. Terapan dari teknologi tepat guna d. Program riset berbasis teknologi pangan secara masal dan diterapkan masyarakat e. Penerapan riset dan simulasi dari hukum f. Pemantapan riset tentang koperasi, kewirausahaan dan sistem ekonomi masyarakat miskin g. Penerapan pilot project pendidikan, seni dan industri kreatif masyarakat minus 	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Grand strategy</i> pengentasan penanggulangan kemiskinan struktural, fundamental b. Model teknologi kompartebel dapat diterapkan di berbagai karakteristik c. Branding product teknologi pangan sebagai komoditi yang bernilai jual lebih d. Penguatan dan pemantapan nilai nilai pendidikan dan kewirausahaan di kalangan masyarakat miskin sebagai filter kemiskinan

Gambar 2.4 Roadmap Riset Unggulan tema: Pengentasan Kemiskinan

Mengacu pada roadmap riset tersebut menunjukkan bahwa judul penelitian **“Pengembangan Model Pelatihan Manajemen Dan Perberdayaan Koperasi Dalam Rangka Meningkatkan Pengelolaan Sentra UMKM Di Jawa Timur”** adalah selaras dan mendukung terwujudnya penelitian unggulan institusi tentang **Pengentasan Kemiskinan** dan topik Model pendidikan, seni dan industri kreatif yang kontributif mengurangi kemiskinan, sehingga judul penelitian ini turut mempercepat capaian rencana strategis penelitian perguruan tinggi agar menjadi pusat keunggulan dalam menghasilkan sebuah inovasi dalam penelitian.

2.3.2 Pentingnya Riset yang Diusulkan

Penelitian terhadap model pelatihan manajemen dan pemberdayaan koperasi merupakan upaya strategis dalam rangka meningkatkan pengelolaan sentra UMKM serta mendorong tercapainya kegiatan ekonomi yang mandiri dan berkontribusi riil terhadap kesejahteraan masyarakat. Koperasi dan sentra UMKM merupakan pelaku bisnis yang tersebar luas di wilayah Jawa Timur, namun praktek manajemen dan pemberdayaan koperasi masih belum efektif dalam mendorong pengelolaan sentra UMKM yang memadai sehingga belum mampu berkontribusi secara optimal, oleh karena itu perlunya diteliti terkait dengan Model pelatihan manajemen koperasi dan sentra UMKM, model pemberdayaan koperasi dan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif.

2.4 Roadmap Penelitian

Untuk mewujudkan terrealisasinya penelitian yang sesuai dengan rencana strategis penelitian institusi dan tema riset unggulan pusat kajian/fakultas maka diperlukan peneliti yang

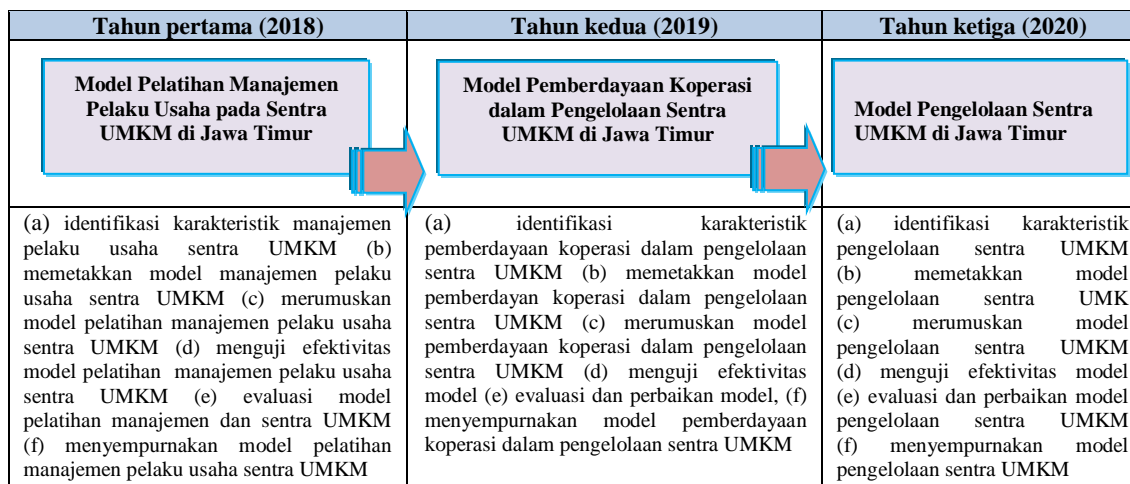
mumpuni dan sesuai dengan minat dan kompetensinya, oleh karena itu dapat di gambarkan roadmap peneliti sebagai berikut:

Tabel 2.2 *Roadmap* Penelitian (Tahun 2016-2020)

Tahun	Kegiatan	Luaran	Indikator
2016	Penelitian Unggulan PT: Pengembangan sentra UMKM dalam rangka mewujudkan ketahanan komoditi pangan	Jurnal internasional, seminar hasil penelitian, bahan ajar	Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM
2017	Penelitian Unggulan PT: Pengembangan model pengelolaan Sentra UMKM di Kawasan Wisata Religi	Jurnal internasional, seminar hasil penelitian, bahan ajar	Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM
2018	Penelitian Unggulan PT: Model Pelatihan Manajemen bagi pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM	Jurnal internasional, seminar hasil penelitian, bahan ajar	Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM
2019	Penelitian Unggulan PT: Model pemberdayaan Koperasi dalam pengelolaan dan pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM	Jurnal internasional, seminar hasil penelitian, bahan ajar	Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM
2020	Penelitian Unggulan PT: Model Pengelolaan sentra UMKM	Jurnal internasional, seminar hasil penelitian, bahan ajar	Memperkuat landasan tema dan permasalahan penelitian lanjutan sektor UMKM

Sumber : Penulis

Roadmap Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi Tahun 2018-2020



Sumber: Diolah oleh Penulis

Gambar 2.5 *Roadmap* Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi Tahun 2018-2020

BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

a. Tujuan Penelitian

Tujuan khusus dalam penelitian ini adalah “Mendirikan pusat pelatihan manajemen dan pemberdayaan Koperasi dan UMKM di Jawa Timur”. Sedangkan target akhir dari penelitian ini adalah menjadikan koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur sebagai kekuatan ekonomi yang mandiri dan mampu memberikan kontribusi riil bagi kesejahteraan Masyarakat. Adapun langkah untuk mencapai tujuan khusus tersebut harus dilakukan melalui tahapan tujuan penelitian berikut:

Tujuan tahun pertama (1)

1. Mengidentifikasi karakteristik manajemen yang diterapkan oleh pelaku usaha UMKM yang ada di sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
2. Memetakan pola manajemen yang diterapkan oleh pelaku usaha UMKM yang ada di sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
3. Merumuskan model pelatihan manajemen yang efektif bagi pelaku usaha UMKM yang ada di sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur

Tujuan tahun kedua (2)

1. Mengidentifikasi karakteristik pemberdayaan koperasi dalam pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
2. Memetakan pola pemberdayaan koperasi dalam pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
3. Merumuskan model pemberdayaan koperasi yang efektif dalam pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur

Tujuan tahun ketiga (3)

1. Mengidentifikasi karakteristik pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
2. Memetakan pola pengelolaan Sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
3. Merumuskan model pengelolaan Sentra UMKM yang efektif pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur

3.2 Manfaat Penelitian

Sektor koperasi dan sentra UMKM secara riil telah memberi kontribusi terhadap perkembangan bisnis dan perekonomian bagi Jawa Timur, setidaknya telah mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan bagi warga kota, namun secara keseluruhan

perannya belum optimal karena berbagai kendala yang muncul dalam manajemennya. Hal ini disebabkan oleh kualitas sumberdaya manusia sebagai pelaku usaha di sektor koperasi dan sentra UMKM belum cukup memadai, oleh karena itu perlu dirumuskan model pelatihan manajemen serta pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM secara *terintegrated* melalui pemberdayaan masyarakatnya agar koperasi dan sentra UMKM mampu menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri dan memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat. Langkah langkah yang dilakukan oleh peneliti adalah: **tahun pertama** mengidentifikasi pola manajemen yang diterapkan oleh pelaku usaha UMKM yang ada di sentra UMKM, **tahun kedua** mengidentifikasi usaha koperasi dan sentra UMKM serta **tahun ketiga** mengidentifikasi pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan koperasi dan sentra UMKM. Hasil identifikasi diatas dapat dirumuskan model pelatihan manajemen, model pengembangan usaha dan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan koperasi dan sentra UMKM yang aplikatif sesuai dengan karakteristik usaha koperasi sentra UMKM di Jawa Timur.

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi: 1) kalangan perguruan tinggi dalam mengembangkan penelitian yang dapat memberikan solusi terhadap berbagai isu nasional terkait dengan pengembangan Koperasi dan UMKM di Indonesia, oleh karena itu pengembangan model pengelolaan Koperasi dan Sentra UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yang antara lain terletak di lokasi kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun yang memiliki nilai strategis ini harus dikembangkan secara holistik dan berkesinambungan agar mampu memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat, 2) Pelaku usaha Koperasi dan UMKM yang ada di Sentra UMKM masing-masing lokasi penelitian dalam mengimplementasikan model pengembangan Koperasi dan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada 5 lokasi kota/kabupaten yang ada di Jawa Timur, 3) Merumuskan pengembangan model pemberdayaan Koperasi dan model pengelolaan sentra UMKM yang efektif pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur.

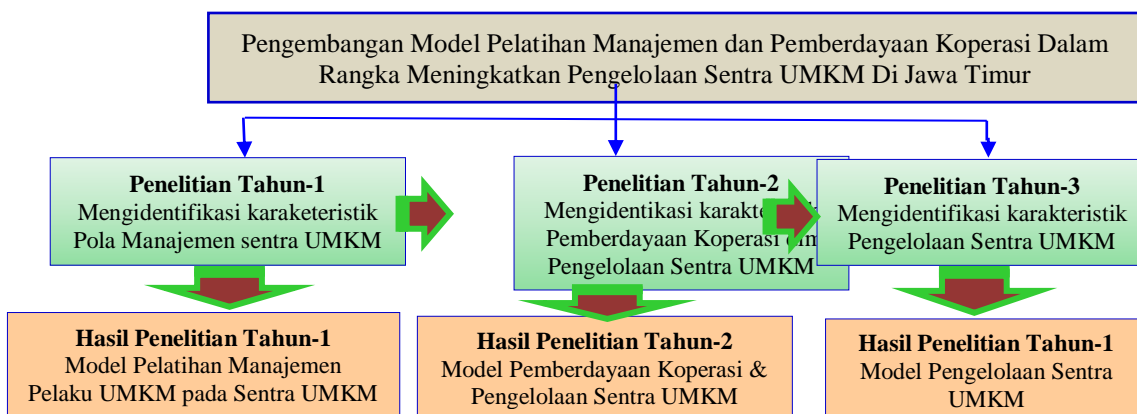
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan suatu permasalahan yang terkait dengan kebijakan di bidang pemberdayaan Koperasi dan pengelolaan Sentra UMKM secara menyeluruh, sehingga diperlukan tindakan yang fokus pada permasalahan yang mendasar pada obyek penelitian dan para pelaku yang terlibat didalamnya. Untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh dan lengkap tentang obyek amatan dalam penelitian ini, tentunya harus melibatkan para pelaku usaha yang ada dalam obyek penelitian serta pengelola obyek penelitian.

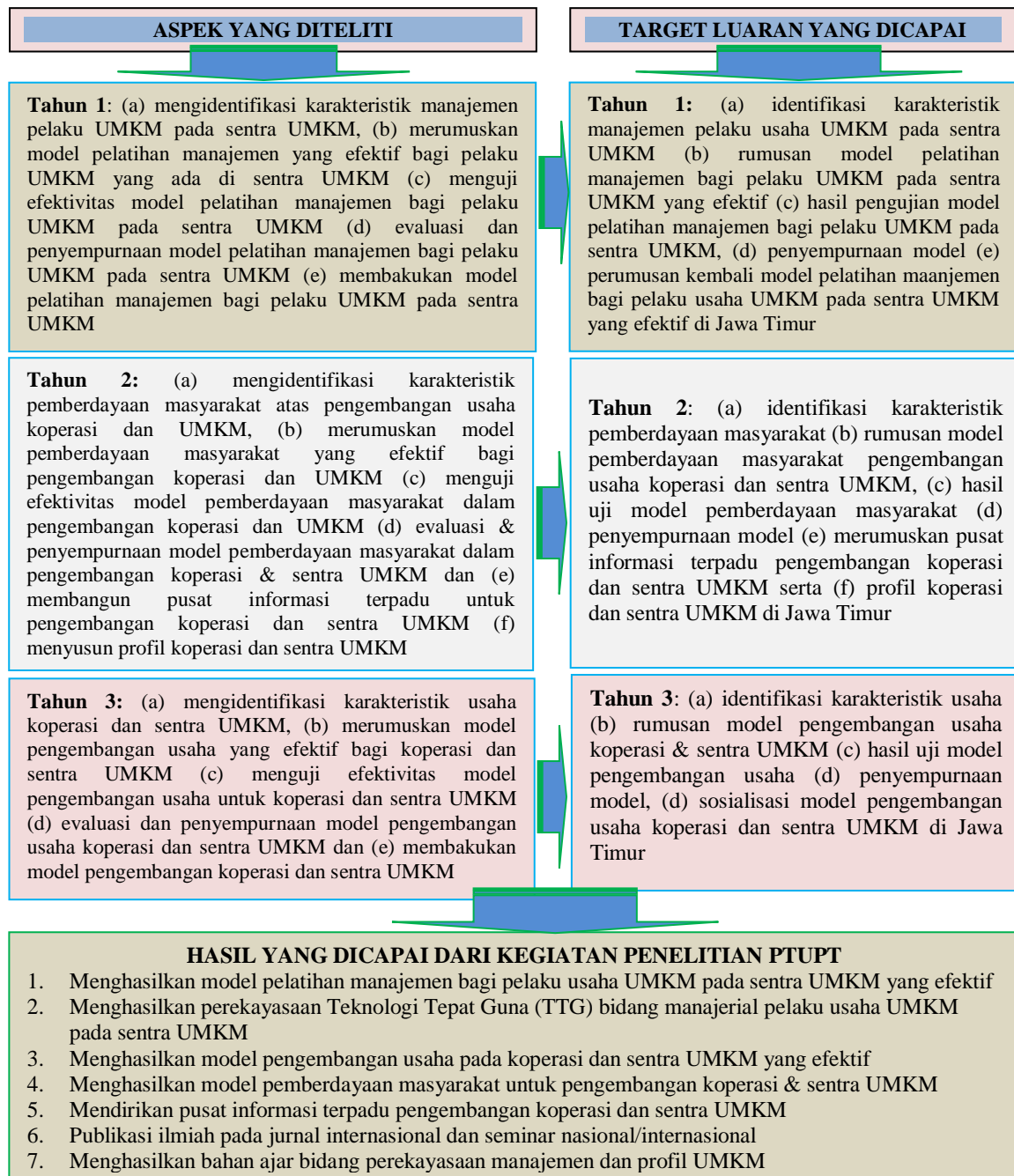
Penentuan dan pemilihan fokus pengamatan dalam penelitian ini akan dapat mengarahkan peneliti pada sasaran target yang diinginkan dalam penelitian, yakni : merumuskan model pelatihan manajemen serta pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM secara *terintegrated* melalui pemberdayaan masyarakatnya agar koperasi dan sentra UMKM mampu menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri dan memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat.

Research dan action research Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi akan dilakukan pada kegiatan koperasi dan usaha sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur dengan skema penelitian sebagaimana ditampilkan dalam gambar 4.1:



Gambar 4.1: Skema Penelitian

Detail penelitian selama tiga tahun secara utuh serta tahapannya dapat ditampilkan pada gambar 4.2 sebagai berikut :



Gambar 4.2: Diagram Sistematis Penelitian dalam kurun waktu tiga tahun

Adapun pelaksanaan penelitian yang meliputi rancangan, metode dan indikator yang dicapai pada penelitian **tahun pertama (1)** dapat diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1: Rincian metode penelitian pada tahun pertama (1)

Aspek Yang Diteliti	Rancangan Penelitian	Metode Penelitian	Indikator Capaian
a. Mengidentifikasi karakteristik manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM	Desain kuesioner untuk mengidentifikasi pola manajemen yang diterapkan oleh pelaku UMKM pada sentra	Menentukan 70 responden pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur	Dapat diidentifikasi model manajemen yang diterapkan oleh pelaku UMKM pada sentra UMKM pada lima

	UMKM di Jawa Timur		kota/kabupaten di Jawa Timur
b. Merumuskan model pelatihan manajemen yang efektif bagi pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM	Merumuskan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM yang efektif di Jawa Timur	Menentukan skoring jawaban responden atas desain model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM dengan kriteria tertentu agar dipilih model	Dapat dirumuskan suatu model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM yang efektif di Jawa Timur
c. Menguji efektivitas model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM yang ada pada sentra UMKM	Menentukan sampel pelaku UMKM pada sentra UMKM untuk menguji tingkat efektivitas model pelatihan manajemen sentra UMKM di Jawa Timur	Menentukan 50 responden dengan cara tertentu untuk dijadikan sampel pengujian atas tingkat efektivitas model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM	Dapat diketahui tingkat efektivitas rumusan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur
d. Evaluasi & penyempurnaan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM	Melakukan evaluasi dan perbaikan efektivitas model pelatihan manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM yang telah diujikan pada pelaku UMKM pada sentra UMKM	Melakukan evaluasi atas efektivitas model pelatihan manajemen pada pelaku UMKM pada sentra UMKM melalui diskusi dan seminar dari sekelompok akademisi/ masyarakat	Dapat diidentifikasi kelemahan model dan melakukan penyempurnaan melalui diskusi dan seminar dan dirumuskan model pelatihan manajemen yang lebih baik
e. Membakukan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM yang akan diimplementasikan	Melakukan penyempurnaan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM dan sosialisasi model pada pelaku UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur	Merumuskan perbaikan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM serta melakukan sosialisasi model pada 50 pelaku UMKM pada sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur	Diilakukan penyempurnaan rumusan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM yang efektif sesuai dengan karakteristik pelaku UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur

Sumber : Dikembangkan oleh peneliti

Deskripsi kegiatan Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) selama 3 tahun, dan yang dilakukan pada tahun pertama (1) dapat dijabarkan secara detail sebagai berikut.

Tahun pertama (1):

a. Identifikasi manajemen koperasi dan UMKM

Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap kegiatan manajemen koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur dengan cara mendesain kuesioner yang menekankan pada aspek manajemennya. Kuesioner akan disebar pada 70 responden/pelaku koperasi dan sentra UMKM di lima kota/kabupaten secara acak sehingga dapat diidentifikasi model manajemen pelaku koperasi/UMKM

b. Merumuskan model pelatihan manajemen pada koperasi/UMKM

Tahap ini diawali dengan mengelompokkan karakteristik manajemen koperasi/ sentra UMKM, selanjutnya memberi bobot dan nilai skoring setiap indikator model pelatihan manajemen bagi koperasi/sentra UMKM, sehingga dapat dirumuskan model pelatihan manajemen koperasi/ sentra UMKM yang sesuai dan efektif dengan karakteristik pelaku usaha koperasi/sentra UMKM di Jawa Timur

c. Pengujian efektivitas model pelatihan manajemen koperasi/UMKM

Tahap ini diawali dengan menentukan 50 responden dari lima kota/kabupaten di Jawa Timur dengan cara dipilih sebagai sampel untuk pengujian model pelatihan manajemen

koperasi/sentra UMKM, dengan tujuan memperoleh gambaran mengenai tingkat efektivitas model pelatihan manajemen sesuai karakteristik koperasi/UMKM di Jawa Timur

d. Evaluasi efektivitas model pelatihan manajemen koperasi/UMKM

Tahap ini mengkaji dan mengidentifikasi kelemahan terkait efektivitas model pelatihan manajemen koperasi/UMKM dengan melakukan evaluasi secara mendalam terhadap sikap/pandangan 50 responden di lima kota/kabupaten melalui diskusi dan seminar terbatas dari kalangan akademisi sehingga dapat diketahui kekurangan yang terjadi sehingga dapat dirumuskan model baru

e. Membakukan model pelatihan manajemen dan implimentasinya

Melakukan rumusan kembali model pelatihan manajemen koperasi/UMKM yang lebih tepat sesuai dengan karakteristik usaha koperasi/UMKM. Hasil rekomendasi *focus group discussion* menjadi rujukan dalam merumuskan model pelatihan manajemen koperasi/UMKM yang efektif dan penerapannya.

4.2 Obyek Penelitian Dan Nara Sumber

Obyek dalam penelitian ini adalah model pelatihan manajemen bagi pelaku usaha koperasi dan sentra UMKM yang berada di 5 wilayah kota/kabupaten di Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun. Dengan demikian, focus amatan dalam obyek penelitian ini berupa situasi social, yang terdiri dari 3 elemen utama yaitu tempat, pelaku, dan aktivitas (Spradley dalam Sugiyono, 2009 : 215).

4.3 Instrumen Penelitian

Untuk menjamin validitas data yang diperoleh dari nara sumber, maka dibutuhkan instrumen penelitian. Instrumen dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua (2) bagian. Instrumen pertama adalah para peneliti sendiri yang memang mempunyai kompetensi dalam melakukan penelitian lapangan beserta memahami metode penelitian dan obyek penelitian menentukan obyek dan nara sumber serta melakukan pengumpulan dan analisis data berdasarkan keilmuannya serta logika yang benar. Instrumen kedua dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun.

Untuk menjaga dan memperoleh validitas dari data yang dikumpulkan, maka sangatlah diperlukan kerjasama dan kolaborasi yang baik diantara kedua instrument penelitian ini, karena masing-masing instrument baik dari peneliti maupun kalangan pelaku usaha koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur memiliki kompetensi masing-masing di bidangnya, sehingga diharapkan dengan adanya kerjasama dan kolaborasi yang baik diantara keduanya ini akan dapat diperoleh manfaat penelitian berupa penyusunan model pelatihan manajemen bagi usaha koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur.

4.4 Sampel Penelitian Dan Sumber Data

Sampel dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun. Dimana populasi dari keseluruhan pelaku usaha yang ada sangat beragam yang terdistribusi kedalam masing-masing kelompok usaha, antara lain :

Tabel 4.2 Kelompok Usaha Pada Sentra UMKM

No.	Kelompok Usaha	Jumlah
1	Koperasi dan Sentra UMKM kota Surabaya	37.906
2	Koperasi dan Sentra UMKM kab. Sidoarjo	16.372
3	Koperasi dan Sentra UMKM kota/kab Mojokerto	2.611
4	Koperasi dan Sentra UMKM kota/kab Kediri	243.969
5	Koperasi dan Sentra UMKM kota/kab Madiun	855
	Jumlah	301.713

Sumber: Jawa Timur Dalam Angka Tahun 2017, data diolah.

Dalam melakukan penelitian ini, yang digunakan sebagai sampel penelitian adalah para pelaku usaha koperasi dan sentra UMKM yang ada di di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun, para pelaku usaha koperasi serta para pelaku usaha UMKM yang bergerak dalam berbagai macam bidang usaha, khususnya yang berada dalam sentra UMKM.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dalam *purposive sampling*, pengambilan sampel dilakukan hanya atas dasar pertimbangan penelitiannya saja yang menganggap unsur-unsur yang dikehendaki telah ada dalam anggota sampel yang diambil. Pertimbangan peneliti menggunakan *purposive sampling* dalam penelitian ini adalah:

- 1). Responden dalam penelitian ini dianggap memiliki karakteristik yang hampir sama
- 2). Responden dalam penelitian ini rata-rata telah memiliki pengalaman usaha di atas 5 tahun
- 3). Responden dalam penelitian ini diambil dari beberapa sentra UMKM yang ada pada 5 wilayah di Provinsi Jawa Timur.

Sumber data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini, antara lain terdiri dari:

1) Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu dan pengisian kuesioner oleh responden yang ditemui, yakni para pelaku usaha koperasi dan sentra UMKM yang ada di masing-masing wilayah.

2) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua atau data yang diperoleh dari hasil publikasi pihak lain seperti Dinas Koperasi dan UMKM yang ada pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur, Badan Pusat Statistik, internet, serta literatur- literatur berupa buku maupun jurnal yang dapat mendukung penelitian.

Teknik pengambilan data yang dipergunakan dalam penelitian ini, antara lain adalah:

1. Studi Pustaka

Yaitu suatu metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku dan literatur lain yang berhubungan dengan materi penelitian (Yuanita, 2009).

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dari hasil publikasi lembaga- lembaga atau instansi pemerintah seperti Dinas Koperasi dan UMKM, Badan Pusat Statistik, dan lainnya.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden dan disajikan dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran, 2006). Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan dari pihak peneliti. Pertanyaan yang di ajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Kuesioner disusun untuk mendapatkan data dan informasi mengenai kebutuhan, keinginan, sikap, kepercayaan, dan relationship value terhadap komitmen para pelaku usaha koperasi dan sentra UMKM. Dalam kuesioner ini, skor diukur dengan menggunakan skala Guttman. Skala ini mempunyai ciri penting, yaitu merupakan skala kumulatif dan mengukur satu dimensi saja dari satu variabel yang multi dimensi, sehingga skala ini termasuk mempunyai sifat undimensional. Skala Guttman yang disebut juga metode *scalogram* atau analisa skala (*scale analysis*) sangat baik untuk menyakinkan peneliti tentang kesatuan dimensi dari sikap atau sifat yang diteliti, yang sering disebut isi universal (*universe of content*) atau atribut universal (*universe attribute*). Dengan skala Guttman akan didapatkan jawaban atas pernyataan atau pertanyaan dalam

kuesioner berupa jawaban yang tegas “ya-tidak”, “benar-salah”, “pernah-tidak pernah”, “positif-negatif”. Skala Guttman sering pula disebut sebagai teknik kumulatif. Guttman mengembangkan teknik ini guna mengatasi problem yang dihadapi oleh Likert maupun Thurstone. Di samping itu, skala Guttman mempunyai asumsi, seperti yang dinyatakan (Babbie, 1983:184) *is based on the fact that some items under consideration may prove to be harder indicators of the variable than others*. (Dasar dari fakta di mana beberapa item di bawah pertimbangan yang harus dibuktikan menjadi petunjuk kuat satu variabel dibanding variabel lainnya). Teknik tersebut dilihat dari sifat-sifatnya sebagai skala yang memiliki dimensi tunggal. Tujuan utama pembuatan skala model ini pada prinsipnya adalah untuk menentukan, jika sikap yang diteliti benar-benar mencakup satu dimensi, (Miller, 1977:89). Skala Guttman mungkin merupakan teknik skala pengukuran yang paling populer dan banyak digunakan pada penelitian sosial.

Penelitian dengan menggunakan skala Guttman dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas (konsisten) terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan. Adapun scoring perhitungan responden dalam skala Guttman adalah sebagai berikut

Tabel 4.3 Skoring Skala Guttman

Alternatif Jawaban	Skor Alternatif Jawaban	
	Positif	Negatif
Ya	1	0
Tidak	0	1

Jawaban dari responden dapat dibuat skor tertinggi “satu” dan skor terendah “nol”, untuk alternative jawaban dalam kuesioner, penyusun menetapkan kategori untuk setiap pernyataan positif, yaitu Ya = 1 dan Tidak = 0, sedangkan kategori untuk setiap pernyataan negatif, yaitu Ya = 0 dan Tidak = 1. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Guttman dalam bentuk *checklist*, dengan demikian peneliti berharap akan didapatkan jawaban yang tegas mengenai data yang diperoleh.

4.5 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data, oleh karenanya guna mendapatkan data dalam penelitian yang akan dilakukan diperlukan cara-cara dan teknik dalam memperoleh data di lapangan.

Pengumpulan data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara langsung mendapatkan data dari lapangan melalui :

- 1). Observasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek penelitian terkait dengan model pelatihan manajemen bagi pelaku usaha koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun, yang meliputi metode (format) pelatihan, tempat/lokasi pelatihan, penyelenggara pelatihan, materi pelatihan, peserta pelatihan, dan orientasi pelatihan.
- 2). Dokumentasi, yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan melalui pencatatan tertulis dari dokumen yang dimiliki oleh para pelaku usaha. Metode dokumentasi ini dapat berasal dari dokumen tertulis berupa peraturan atau perundangan yang maupun pendapat dari responden secara langsung terkait dengan obyek penelitian, kajian literature, maupun dokumentasi berupa foto.
- 3) Wawancara, berupa pengumpulan data dengan cara terstruktur melalui kuesioner, sehingga didapatkan data dan informasi yang relevan terkait dengan masalah yang dikaji dalam penelitian.
- 4). Triangulasi, yaitu cara pengumpulan data melalui penggabungan ketiga cara atau metode di atas, guna melakukan chek and recheck data maupun informasi yang telah dikumpulkan, sehingga akan diperoleh data yang relevan dan valid.

Sedangkan nara sumber dalam penelitian ini adalah Dinas koperasi dan UMKM dan para pelaku usaha koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun yang memang dipandang layak untuk sumber penggalian data maupun informasi terkait dengan masalah dan tujuan penelitian, serta tokoh masyarakat setempat.

4.6 Disain Instrumen Penelitian

Fokus utama dalam penelitian ini adalah : (a) identifikasi karakteristik manajemen Koperasi dan sentra UMKM, (b) merumuskan model pelatihan manajemen koperasi dan sentra UMKM, (c) pengujian efektivitas model pelatihan manajemen koperasi dan sentra UMKM, (d) evaluasi efektivitas model pelatihan manajemen koperasi dan sentra UMKM, (e) Membakukan model pelatihan manajemen dan implementasinya, dengan focus kajian yang terkait dengan pengembangan model pelatihan manajemen dan pemberdayaan Koperasi dalam rangka meningkatkan pengelolaan sentra UMKM yang efektif.

Tabel 4.4 Disain Instrumen Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Unit Analisis	Skala	Time Horizon
Metode (format) pelatihan	Deskriptif Kualitatif	Individu → Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM yang ada di 5 kota/ kabupaten Jawa Timur	Guttman	Single Cross - Sectional Design
Tempat / lokasi pelatihan	Deskriptif Kualitatif	Individu → Pelaku Usaha Koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten Jawa Timur	Guttman	Single Cross - Sectional Design
Penyelenggara Pelatihan	Deskriptif Kualitatif	Individu → Pelaku Usaha Koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten Jawa Timur	Guttman	Single Cross - Sectional Design
Materi Pelatihan	Deskriptif Kualitatif	Individu → Pelaku Usaha Koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten Jawa Timur	Guttman	Single Cross - Sectional Design
Peserta Pelatihan	Deskriptif Kualitatif	Individu → Pelaku Usaha Koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten Jawa Timur	Guttman	Single Cross - Sectional Design
Orientasi Pelatihan	Deskriptif Kualitatif	Individu → Pelaku Usaha Koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten Jawa Timur	Guttman	Single Cross - Sectional Design

Sumber : Dikembangkan oleh tim peneliti

4.6.1 Metode (format) Pelatihan

Metode (format) pelatihan adalah cara-cara yang digunakan dalam menyelenggarakan kegiatan pelatihan. Metode (format) pelatihan dalam penelitian ini meliputi : Sebagai pelaku UMKM, apakah saudara pernah mengikuti jenis pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan tinggi, dinas koperasi & UMKM, lembaga perbankan maupun lembaga lainnya, Apakah pelatihan manajemen yang pernah saudara ikuti menyangkut aspek manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen keuangan dan aspek manajerial lainnya,

Apakah pelatihan manajemen diselenggarakan dengan metode klasikal di mana peserta pelatihan harus hadir ditempat yang sudah ditentukan, baik tempat dan waktunya, Apakah pelatihan manajemen dengan metode klasikal, semua peserta wajib mengikuti materi yang disampaikan oleh instruktur secara lengkap sesuai dengan waktu dan materi yang sudah dijadwalkan, Apakah pelatihan manajemen dengan metode klasikal ini memberi kesempatan yang cukup bagi peserta untuk berkonsultasi manajemen yang terkait dengan aktivitas usahanya, Apakah pelatihan manajemen dengan metode klasikal ini memberi hasil yang efektif bagi pengembangan manajemen peserta (pelaku UMKM), Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik untuk mengikuti pelatihan manajemen dengan metode pendampingan langsung di lokasi tempat usaha milik saudara, Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi materi pelatihan manajemen sesuai dengan kebutuhan dan problem bisnis saudara langsung melalui pendampingan dilapangan, Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi materi pelatihan manajemen sesuai dengan waktu luang yang saudara jadwalkan sendiri dan langsung di lokasi tanpa meninggalkan tempat usahanya, Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi materi pelatihan manajemen menurut kelompok usaha, sesuai dengan waktu serta tempat yang telah disepakati bersama, Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi kesempatan berkonsultasi sesuai dengan kebutuhan manajemen dan bisnis yang sedang saudara perlukan, Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi kesempatan berkonsultasi manajemen dan bisnis di lokasi tempat usaha sendiri sesuai dengan waktu yang disepakati bersama, Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi pendampingan dalam kurun waktu enam bulan kedepan, sehingga dapat mendampingi pengembangan manajemen dan bisnis saudara secara efektif, Apakah usaha saudara akan tumbuh berkembang, jika diberi pendampingan manajemen secara berkala dan berkesinambungan oleh lembaga perguruan tinggi atau dinas koperasi & UMKM atau lembaga formal lainnya, Apakah metode pelatihan melalui pendampingan langsung di lokasi usaha diyakini mampu membawa perubahan manajemen yang lebih baik dan efektif untuk pengembangan bisnis saudara ke depan.

4.6.2 Tempat / Lokasi Pelatihan

Tempat/lokasi pelatihan adalah tempat /lokasi diselenggarakannya kegiatan pelatihan bagi peserta. Aspek tempat/lokasi pelatihan, antara lain meliputi : Apakah saudara pernah mengikuti pelatihan manajemen yang lokasinya berada satu tempat dengan penyelenggara pelatihan (langsung di perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM atau lembaga formal lainnya), Apakah pelatihan manajemen yang di selenggarakan di tempat perguruan tinggi/dinas

koperasi & UMKM/lembaga formal lainnya, dirasakan lebih efektif hasilnya untuk pengembangan manajemen UMKM, Apakah lokasi pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM serta lembaga formal lainnya, tidak akan mengganggu aktivitas bisnis saudara, Apakah pelatihan manajemen akan lebih berhasil, jika lokasi pelatihannya diselenggarakan diluar kantor Dinas koperasi & UMKM/perguruan tinggi/ lembaga lainnya (hotel atau tempat lainnya), Apakah saudara merasa lebih cocok jika pelatihan manajemen dapat dilakukan langsung di tempat bisnis saudara, sehingga tidak meninggalkan aktivitas usahanya, Apakah pendampingan manajemen langsung di lokasi usaha UMKM dirasa lebih cocok dan efektif hasilnya dibanding dilakukan di tempat lain, Apakah pelaku UMKM merasa lebih berkembang, jika memiliki kelompok usaha yang diberi pelatihan manajemen langsung di lokasi usahanya, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan di lokasi UMKM akan membuka ruang konsultasi bisnis yang lebih terbuka dan selaras dengan kondisi manajemen masing masing pelaku UMKM, Apakah tempat pelatihan manajemen, mempunyai pengaruh pada tingkat efektivitas hasil pelatihan dan pengembangan bisnis bagi pelaku UMKM

4.6.3 Penyelenggara Pelatihan

Penyelenggara pelatihan adalah lembaga, institusi, ataupun instansi yang menyelenggarakan pelatihan. Aspek penyelenggara pelatihan, meliputi : Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi dirasa memberi manfaat yang lebih baik untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM pada saat sekarang dan masa yang akan datang, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM dirasa memberikan manfaat yang lebih baik untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM pada saat sekarang dan masa yang akan datang, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh institusi lainnya dirasa memberi manfaat yang lebih baik untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM pada saat sekarang dan masa yang akan datang, Apakah pelatihan manajemen menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika pelatihan diselenggarakan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM dan lembaga lainnya, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh lembaga lainnya mampu membuka ruang

konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif, Apakah pelatihan manajemen mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif, jika pelatihan diselenggarakan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM dan lembaga lainnya, Apakah sinkronisasi penyelenggaraan pelatihan manajemen membutuhkan sinergi dari pihak *stakeholder* (akademisi, birokrasi & pelaku bisnis), agar dapat memberi manfaat yang optimal bagi pengembangan manajemen dan bisnis UMKM.

4.6.4 Materi Pelatihan

Materi pelatihan adalah bahan atau materi yang diberikan dan diajarkan pada saat dilakukan pelatihan pada peserta pelatihan. Aspek materi pelatihan yang dimaksud meliputi : Apakah pelatihan manajemen yang pernah saudara ikuti menyangkut aspek materi manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen keuangan dan aspek manajerial, Apakah pelatihan manajemen yang pernah saudara ikuti hanya menyangkut aspek manajerial yang bersifat teoritis saja tanpa melihat aspek aplikasinya langsung di lapangan, Apakah materi manajemen yang saudara peroleh selama mengikuti pelatihan dapat langsung diaplikasikan di tempat usaha saudara tanpa menemui hambatan yang berarti dalam implementasinya, Jika saudara menemui hambatan dalam implementasi materi pelatihan ke bisnis saudara, apakah saudara masih memiliki akses untuk berkonsultasi lebih lanjut dengan nara sumber yang memberi pelatihan, Apakah saudara menganggap bahwa materi pelatihan yang di dapat selama pelatihan akan lebih efektif implementasinya, jika disertai dengan program pendampingan materi pelatihan dalam kurun waktu tertentu, Apakah program pendampingan yang dilakukan pasca pelatihan, memberi kemudahan didalam mengimplementasikan materi pelatihan yang sesuai dengan kondisi bisnis riil yang ada di lapangan, Apakah waktu pendampingan lapangan selama satu semester, merupakan waktu yang cukup untuk bisa memahami materi pelatihan dengan tahapan implementasi yang riil di lapangan (sesuai bisnis pelaku UMKM), Apakah seluruh aspek manajemen (pemasaran/keuangan/operasional dan SDM) materinya membutuhkan program pendampingan lapangan sehingga memberi tingkat pemahaman yang lebih komprehensif, Apakah saudara masih memerlukan materi pelatihan manajemen lainnya seperti pemanfaatan aplikasi IT, aplikasi bisnis berbasis online dan jenis pelatihan lainnya yang saudara harapkan mampu mendukung kelancaran bisnis selama ini.

4.6.5 Peserta Pelatihan

Peserta pelatihan adalah orang atau sekelompok orang baik sebagai individu maupun kelompok yang mengikuti pelatihan. Adapun aspek peserta pelatihan, antara lain meliputi : Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari satu kelompok usaha yang sama, agar materinya lebih fokus sesuai dengan kondisi riil bisnis UMKM, Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari berbagai kelompok usaha yang berbeda, agar dapat saling belajar pengalaman manajemen dari bisnis yang berbeda, Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari perwakilan satu kelompok usaha yang sama, agar pesertanya dapat menularkan materi hasil pelatihan pada anggota lainnya, Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari perwakilan kelompok usaha yang berbeda, sehingga penyebaran materi pelatihan pada anggota menjadi lebih luas, Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya, jika para pesertanya diusulkan atas inisiatif dari kelompok usaha masyarakat yang berasal dari satu wilayah tertentu (sentra UMKM), Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya, jika para pesertanya ditentukan langsung oleh penyelenggara, tanpa memperhatikan usulan yang datang dari kelompok masyarakat dari satu wilayah tertentu (sentra UMKM), Apakah peserta pelatihan manajemen, sebaiknya dibatasi pengikutnya, agar pemahaman materi pelatihan menjadi lebih efektif dengan kisaran peserta tidak lebih dari 50 peserta, Setiap aspek manajemen yang berbeda, apakah pesertanya ditentukan dengan jumlah yang berbeda, karena setiap aspek manajemen memiliki tingkat pemahaman dan kesulitan yang berbeda beda, Apakah pelatihan manajemen mampu mengembangkan pemahaman dan keterampilan bisnis, jika para pesertanya diprioritaskan pada pelaku bisnis UMKM yang sudah beraktivitas diatas lima tahun, Apakah pelatihan manajemen berjalan lebih efektif dan tepat sasaran, jika pesertanya dikelompokkan/dibedakan berdasarkan pengalaman bisnis yang dimilikinya (misalnya pengalaman bisnis, frekuensi ikut pelatihan dll).

4.6.6 Orientasi Pelatihan

Orientasi pelatihan adalah maksud dan tujuan diselenggarakan pelatihan bagi peserta pelatihan. Aspek Orientasi pelatihan dalam hal ini meliputi : Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi lebih memprioritaskan pada program lembaganya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM baik saat sekarang maupun masa mendatang, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM lebih memprioritaskan program

institusinya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, baik saat sekarang maupun masa mendatang, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh kalangan bisnis lebih memprioritas program lembaganya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, baik saat sekarang maupun masa mendatang, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh kalangan bisnis akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen untuk mensinergikan program lembaga dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen untuk mensinergikan program lembaga dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM, Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh kalangan bisnis akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen untuk mensinergikan program lembaga dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM.

4.7 Tehnik Analisis Data

Analisis adalah proses menyusun dan menggabungkan data ke dalam pola, tema, kategori, sedangkan penafsiran adalah memberikan makna kepada analisis, menjelaskan pola atau kategori, dan mencari hubungan antara beberapa konsep. Penafsiran menggambarkan perspektif peneliti bukan kebenaran. Analisis dan penafsiran data dalam penelitian kualitatif pada dasarnya bukan merupakan hal yang berjalan bersama, keduanya dilakukan sejak awal penelitian (Nasution, 1996:126).

Analisis data dilakukan agar data yang telah diperoleh akan lebih bermakna. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan

diinterpretasikan. Bagdan dan Biklen (1992:145) menjelaskan analisis data adalah proses mencari secara sistematis dan mengatur catatan wawancara, catatan lapangan, dan rider lain yang dihimpun untuk mengiring pengertian. Analisis tersebut melibatkan kerja dengan data, mengaturnya, memisahkan kedalam unit-unit yang dapat dikelola, memadukannya, mencari-cari pola memenuhi hal-hal penting dan apa yang diketahui dan memutuskan apa yang akan disampaikan kepada orang lain. Untuk menyajikan data agar lebih bermakna dan mudah difahami, maka langkah analisis data pada penelitian ini digunakan analisis model interaktif (*Interactive Model Analysis*) dari Miles dan Huberman (1984:21–23).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model analisis domain yaitu memberikan gambaran yang umum dan menyeluruh tentang model pelatihan manajemen bagi koperasi dan sentra UMKM yang ada di 5 wilayah kabupaten/kota di Jawa Timur.

Analisis data bertujuan untuk mendeskripsikan obyek yang diteliti secara kuantitatif maupun kualitatif, sehingga diperoleh gambaran obyek secara holistik. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap tahapan analisis data, maka dapat penulis sajikan tahapan analisis secara detail dan rinci agar memudahkan pengumpulan data, mendiskripsikan hasil penelitian, menganalisis data, membuat kesimpulan/saran serta rekomendasi bagi pengambilan kebijakan maupun bagi kelanjutan penelitian pada tahap berikutnya secara sistematis yang meliputi : (a) identifikasi karakteristik manajemen pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM, (b) merumuskan model pelatihan manajemen pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM, (c) pengujian efektivitas model pelatihan manajemen pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM, (d) evaluasi efektivitas model pelatihan manajemen pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM, (e) Membakukan model pelatihan manajemen dan implementasinya, dengan focus kajian yang terkait dengan pengembangan model pelatihan manajemen dan pemberdayaan Koperasi dalam rangka meningkatkan pengelolaan sentra UMKM yang efektif.

Tabel 4.5 Rincian Metode Penelitian Pada Tahun Pertama (I)

Aspek Yang Diteliti	Rancangan Penelitian	Metode Penelitian	Indikator Capaian
f. Mengidentifikasi karakteristik manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM	Desain kuesioner untuk mengidentifikasi pola manajemen yang diterapkan oleh pelaku UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur	Menentukan 70 responden pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur	Dapat diidentifikasi model manajemen yang diterapkan oleh pelaku UMKM pada sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
g. Merumuskan model pelatihan manajemen yang efektif bagi pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM	Merumuskan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM yang efektif di Jawa Timur	Menentukan skoring jawaban responden atas desain model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM dengan kriteria tertentu agar dipilih model	Dapat dirumuskan suatu model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM yang efektif di Jawa Timur
h. Menguji efektivitas model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM yang ada pada sentra UMKM	Menentukan sampel pelaku UMKM pada sentra UMKM untuk menguji tingkat efektivitas model pelatihan manajemen sentra UMKM di Jawa Timur	Menentukan 50 responden dengan cara tertentu untuk dijadikan sampel pengujian atas tingkat efektivitas model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra	Dapat diketahui tingkat efektivitas rumusan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur

		UMKM	
i. Evaluasi & penyempurnaan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM	Melakukan evaluasi dan perbaikan efektivitas model pelatihan manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM yang telah diujikan pada pelaku UMKM pada sentra UMKM	Melakukan evaluasi atas efektivitas model pelatihan manajemen pada pelaku UMKM pada sentra UMKM melalui diskusi dan seminar terbatas dari sekelompok akademisi/masyarakat	Dapat diidentifikasi kelemahan model dan melakukan penyempurnaan melalui diskusi dan seminar terbatas dan dirumuskan model pelatihan manajemen yang lebih baik
j. Membakukan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM yang akan diimplementasikan	Melakukan penyempurnaan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM dan sosialisasi model pada pelaku UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur	Merumuskan perbaikan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM serta melakukan sosialisasi model pada 50 pelaku UMKM pada sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur	Diilakukan penyempurnaan rumusan model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM yang efektif sesuai dengan karakteristik pelaku UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur

Kegiatan Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi dilakukan selama tiga tahun. Adapun penelitian tahun pertama (1) dapat dijabarkan secara detail sebagai berikut.

Tahun pertama (1) :

a. Identifikasi manajemen pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM

Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap kegiatan manajemen pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra UMKM di Jawa Timur dengan cara mendesain kuesioner yang menekankan pada aspek manajemennya. Kuesioner akan disebarakan pada 70 responden/pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM di lima kota/kabupaten secara acak sehingga dapat diidentifikasi model manajemen pelaku UMKM

b. Merumuskan model pelatihan manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM

Tahap ini diawali dengan mengelompokkan karakteristik manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM, selanjutnya memberi bobot dan nilai skoring setiap indikator model pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM pada sentra UMKM, sehingga dapat dirumuskan model pelatihan manajemen yang sesuai dan efektif dengan karakteristik pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur

c. Pengujian efektivitas model pelatihan manajemen pelaku UMKM

Tahap ini diawali dengan menentukan 50 responden dari lima kota/kabupaten di Jawa Timur dengan cara dipilih sebagai sampel untuk pengujian model pelatihan manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM, dengan tujuan memperoleh gambaran mengenai tingkat efektivitas model pelatihan manajemen sesuai karakteristik pelaku UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur

d. Evaluasi efektivitas model pelatihan manajemen pelaku UMKM

Tahap ini mengkaji dan mengidentifikasi kelemahan terkait efektivitas model pelatihan manajemen pelaku UMKM dengan melakukan evaluasi secara mendalam terhadap sikap/pandangan 50 responden di lima kota/kabupaten melalui diskusi dan seminar terbatas

dari kalangan akademisi sehingga dapat diketahui kekurangan yang terjadi sehingga dapat dirumuskan model baru

e. Membakukan model pelatihan manajemen dan implimentasinya

Melakukan rumusan kembali model pelatihan manajemen pelaku UMKM pada sentra UMKM yang lebih tepat sesuai dengan karakteristik usaha pelaku UMKM. Hasil rekomendasi diskusi dan seminar terbatas menjadi rujukan dalam merumuskan model pelatihan manajemen koperasi/UMKM yang efektif dan penerapannya.

BAB V HASIL YANG DICAPAI

5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian PTUPT ini akan dilakukan di 5 wilayah kab/kota di Jawa Timur yang meliputi : kota Surabaya. Kabupaten Sidoarjo, kota/kab Mojokerto, kota/kab Kediri, dan kotakab Madiun. Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah pelaku usaha koperasi dan pelaku usaha UMKM yang berada di sentra UMKM.

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu dari 35 provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki potensi pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi. Wilayah administratif Provinsi Jawa Timur terbagi dalam 29 kabupaten dan 9 kota. Dengan banyak wilayah administratif ini, pantas kiranya provinsi Jawa Timur memiliki sumbangan yang cukup tinggi pada PDRB.

Tabel 5.1 Kondisi Perekonomian Provinsi Se- Jawa Dan Nasional

Uraian	2013	2014	2015	2016
Pertumbuhan ekonomi (c to c)				
Jawa Timur	6,08	5,86	5,44	5,55
DKI Jakarta	6,11	5,91	5,88	5,85
Jawa Barat	6,06	5,09	5,03	5,67
Jawa Tengah	5,81	5,30	5,40	5,28
DI Yogyakarta	5,40	5,18	4,94	5,05
Banten	5,86	5,47	5,37	5,26
Nasional	5,78	5,02	4,88	5,02
Kontribusi PDRB Jawa Timur Terhadap Nasional (%)	14,99	14,16	14,36	14,44

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Timur



Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Timur

Gambar 5.1 Pertumbuhan Ekonomi Jawa Timur Dan Nasional

Pertumbuhan ekonomi secara kumulatif (c-to-c) Jawa Timur sampai dengan triwulan 4 Tahun 2016 mencapai 5,55 persen dan merupakan pertumbuhan ekonomi tertinggi ketiga di

Pulau Jawa dan lebih tinggi 0,53 poin dibandingkan pertumbuhan ekonomi Nasional (5,02 persen). Dengan begitu, Jawa Timur mampu memberikan kontribusi terhadap Nasional) sebesar 14,44 persen.

Pertumbuhan perekonomian Jawa Timur selama beberapa periode tahun terakhir ini banyak disumbang oleh pertumbuhan usaha koperasi dan UMKM, dimana kontribusi sektor usaha koperasi dan UMKM semakin tahun menunjukkan peningkatan.

Kondisi sektor usaha UMKM yang ada di Jawa Timur cukup banyak jumlahnya, dengan penyerapan tenaga kerja yang cukup besar pula.

Tabel 5.2 Jumlah UMKM Provinsi Jawa Timur Menurut Sektor Dan Kabupaten/Kota

NO	KODE	KABUPATEN/ KOTA	SEKTOR/LAPANGAN USAHA									
			PERTANIAN	PERTAMBAH- ANG DAN PENGALIAN	INDUSTRI PENGOLAHAN	LISTRIK, GAS DAN AIR	KONSTRUKSI	PERDAGANG- AN HOTEL DAN RESTORAN	TRANSPOR- TASI	KEUANGAN	JASA-JASA	JUMLAH
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
1	3501	PACITAN	140.844	655	14.634	2	88	18.872	1.712	157	4.151	181.115
2	3502	PONOROGO	151.358	931	7.788	0	250	37.407	2.675	375	6.777	207.561
3	3503	TRENGGALEK	106.239	851	13.237	0	141	17.978	1.342	66	3.601	143.455
4	3504	TULUNGAGUNG	128.268	168	13.062	0	196	30.527	1.904	189	7.095	181.409
5	3505	BLITAR	159.984	1.329	19.778	0	966	53.623	4.700	393	14.849	255.622
6	3506	KEDIRI	171.374	471	6.657	0	534	57.610	3.066	211	11.570	251.493
7	3507	MALANG	244.934	1.614	20.894	0	939	106.061	15.101	493	24.480	414.516
8	3508	LUMAJANG	121.364	1.097	8.929	0	316	48.491	5.288	217	10.744	196.446
9	3509	JEMBER	243.004	2.157	17.546	0	1.296	118.225	12.749	293	28.881	424.151
10	3510	BANYUWANGI	151.923	1.286	29.774	0	1.052	82.871	6.035	417	23.348	296.706
11	3511	BONDOWOSO	115.328	919	13.784	0	332	29.665	5.056	124	7.170	172.378
12	3512	SITUBONDO	92.498	621	9.288	0	950	38.145	6.269	222	8.734	156.727
13	3513	PROBOLINGGO	165.369	801	6.179	4	365	46.050	7.282	169	9.067	235.286
14	3514	PASURUAN	144.464	574	9.781	1	865	68.403	10.937	209	13.568	248.802
15	3515	SIDOARJO	34.395	4	9.008	0	795	96.149	5.096	278	25.539	171.264
16	3516	MOJOKERTO	85.394	1.142	12.716	0	253	43.280	2.719	256	9.650	155.410
17	3517	JOMBANG	102.325	156	10.955	0	450	58.215	3.731	290	12.492	188.614
18	3518	NGANJUK	143.812	169	6.008	0	348	40.563	2.498	177	7.888	201.463
19	3519	MADIUN	95.442	341	4.638	0	369	34.681	2.091	185	8.815	146.562
20	3520	MAGETAN	96.781	669	16.926	0	214	31.550	2.190	290	6.180	154.800
21	3521	NGAWI	146.111	397	5.595	0	234	26.616	1.575	137	4.647	185.312
22	3522	BOJONEGORO	207.239	838	9.852	0	525	50.293	3.655	303	9.262	281.967
23	3523	TUBAN	155.862	1.502	6.024	0	222	46.305	5.449	168	8.466	223.998
24	3524	LAMONGAN	171.815	220	10.317	0	129	55.684	4.486	419	9.664	252.734
25	3525	GRESIK	86.493	105	12.539	5	1.210	50.755	3.443	84	13.759	168.393
26	3526	BANGKALAN	131.112	293	5.712	0	29	22.390	3.057	37	4.138	166.768
27	3527	SAMPANG	151.113	1.765	5.747	0	442	25.221	5.519	99	5.309	195.215
28	3528	PAMEKASAN	132.003	2.496	8.195	0	764	35.846	7.365	136	8.749	195.554
29	3529	SUMENEP	201.797	2.744	14.754	0	279	37.288	5.215	146	6.782	269.005
30	3571	KOTA KEDIRI	2.898	29	1.198	0	48	18.505	1.875	88	4.665	29.306
31	3572	KOTA BLITAR	2.944	12	1.896	0	136	11.861	1.363	94	2.985	21.291
32	3573	KOTA MALANG	3.718	39	4.094	0	566	48.211	3.742	302	17.106	77.778
33	3574	KOTA PROBOLINGGO	5.350	10	1.016	0	96	13.661	2.718	95	3.179	26.125
34	3575	KOTA PASURUAN	1.694	9	2.762	0	65	14.414	1.998	71	3.244	24.257
35	3576	KOTA MOJOKERTO	685	0	1.282	0	23	11.201	1.567	61	2.661	17.480
36	3577	KOTA MADIUN	1.554	26	1.041	0	42	14.014	2.111	98	3.776	22.662
37	3578	KOTA SURABAYA	5.166	161	11.394	0	1.199	169.980	15.958	641	56.263	260.762
38	3579	KOTA BATU	9.789	79	1.047	0	61	9.431	1.004	45	2.088	23.544
		JAWA TIMUR	4.112.443	26.680	356.047	12	16.789	1.720.042	174.541	8.035	411.342	6.825.931

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Timur

Tabel 5.3 Jumlah Tenaga UMKM Menurut Sektor Dan Kabupaten/Kota

NO	KODE	KABUPATEN/KOTA	PERTANIAN	PERTAMBAH- ANG DAN PENGGAJIAN	INDUSTRI PENGOLAHAN	LISTRIK, GAS DAN AIR	KONSTRUKSI	PERDAGANG- AN HOTEL DAN RESTORAN	TRANSPOR- TASI	KEUANGAN	JASA-JASA	JUMLAH
1	3501	PACITAN	161.478	1.166	18.956	6	314	27.936	2.851	628	8.449	221.784
2	3502	PONOROGO	199.370	1.501	23.043	0	859	63.108	4.150	1.548	12.908	306.487
3	3503	TRENGGALEK	124.228	979	31.727	0	447	27.947	1.882	316	6.490	194.016
4	3504	TULUNGAGUNG	174.566	247	32.223	0	495	55.759	2.985	935	13.214	280.424
5	3505	BLITAR	225.143	1.457	50.005	0	2.280	92.960	7.811	1.671	25.392	406.719
6	3506	KEDIRI	250.976	896	21.736	0	1.156	95.510	4.247	1.046	19.788	395.355
7	3507	MALANG	523.391	2.204	58.614	0	2.611	173.557	19.918	2.553	43.527	826.375
8	3508	LUMAJANG	185.335	1.121	24.299	0	803	49.171	6.876	826	18.820	287.251
9	3509	JEMBER	439.219	4.047	48.651	0	3.048	168.425	15.335	1.293	49.944	729.962
10	3510	BANYUWANGI	241.845	2.205	66.338	0	2.364	138.420	8.343	1.747	40.117	501.379
11	3511	BONDOWOSO	171.958	1.194	33.068	0	783	52.196	5.708	297	12.230	277.434
12	3512	SITUBONDO	152.882	905	22.381	0	1.871	62.870	7.481	737	14.420	263.547
13	3513	PROBOLINGGO	269.389	1.400	18.357	9	1.272	80.899	8.914	640	16.447	397.327
14	3514	PASURUAN	211.726	876	37.880	3	1.922	114.999	13.298	720	22.541	403.965
15	3515	SIDOARJO	49.489	9	38.335	0	1.772	161.581	7.669	1.183	46.443	306.481
16	3516	MOJOKERTO	115.783	1.604	44.397	0	857	75.926	4.632	1.174	18.278	262.651
17	3517	JOMBANG	169.225	245	32.440	0	1.096	96.770	4.757	1.218	22.629	328.380
18	3518	NGANJUK	215.512	435	16.380	0	882	70.898	3.142	927	14.053	322.229
19	3519	MADIUN	152.336	440	12.716	0	805	58.036	2.873	956	14.492	242.654
20	3520	MAGETAN	145.299	957	20.981	0	666	50.629	2.884	1.201	10.426	233.043
21	3521	NGAWI	232.790	685	15.595	0	439	47.952	2.379	648	9.165	309.653
22	3522	BOJONEGORO	314.462	2.110	36.279	0	1.587	91.871	5.097	1.400	18.675	471.481
23	3523	TUBAN	238.373	3.046	23.580	0	1.083	80.189	7.621	817	15.828	370.537
24	3524	LAMONGAN	265.332	374	33.025	0	509	95.939	5.527	1.892	19.227	421.825
25	3525	GRESIK	89.376	421	33.866	10	2.322	82.496	5.144	450	25.097	239.182
26	3526	BANGKALAN	145.761	303	13.600	0	149	38.573	3.882	152	7.583	210.003
27	3527	SAMPANG	180.990	4.151	24.519	0	1.633	34.799	7.041	294	11.142	264.569
28	3528	PAMEKASAN	183.231	5.536	8.195	0	1.598	35.846	7.365	301	15.409	257.481
29	3529	SUMENEP	406.033	4.576	15.302	0	851	37.316	7.648	554	13.916	486.196
30	3571	KOTA KEDIRI	3.297	30	3.817	0	142	31.909	2.442	521	8.881	51.039
31	3572	KOTA BLITAR	7.543	19	5.130	0	395	14.550	1.749	573	5.480	35.439
32	3573	KOTA MALANG	4.683	45	14.222	0	1.224	84.972	5.212	1.639	29.909	141.906
33	3574	KOTA PROBOLINGGO	5.865	19	3.706	0	301	21.991	3.156	431	5.651	41.120
34	3575	KOTA PASURUAN	3.395	15	9.856	0	204	23.221	2.178	318	5.333	44.520
35	3576	KOTA MOJOKERTO	908	0	5.140	0	65	18.398	1.690	350	4.661	31.212
36	3577	KOTA MADIUN	3.001	34	3.354	0	188	24.652	2.789	655	6.884	41.557
37	3578	KOTA SURABAYA	5.465	304	38.325	0	3.470	290.483	23.892	2.708	102.132	466.779
38	3579	KOTA BATU	16.456	102	4.561	0	228	18.672	1.257	334	3.867	45.477
		JAWA TIMUR	6.286.111	45.658	944.599	28	42.691	2.791.426	231.825	35.653	739.448	11.117.439

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Timur

Tabel 5.4 Jumlah UMKM Provinsi Jawa Timur

NO	KABUPATEN/ KOTA	SEKTOR/LAPANGAN USAHA								TOTAL			JUMLAH UMKM
		PERTANIAN				NON PERTANIAN				MIKRO	KECIL	MENENGAH	
		Mikro	Kecil	Menengah	Total	Mikro	Kecil	Menengah	Total				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)				
1	KAB BLITAR	155.731	3.611	642	159.984	87.107	7.751	780	95.638	242.838	11.362	1.422	255.622
2	KAB KEDIRI	169.123			169.123	74.846			74.846	243.969	-	-	243.969
3	KAB MALANG	238.683	5.155	1.096	244.934	148.924	19.217	1.441	169.582	387.607	24.372	2.537	414.516
4	KAB JEMBER	242.380		262	242.642	175.784		1.056	176.840	418.164	-	1.318	419.482
5	KAB BANYUWANGI	149.786	1.961	176	151.923	130.418	13.308	1.057	144.783	280.204	15.269	1.233	296.706
6	KAB PROBOLINGGO	163.946			163.946	63.209			63.209	227.155	-	-	227.155
7	KAB PASURUAN	141.563	2.817	84	144.464	95.790	7.747	801	104.338	237.353	10.564	885	248.802
8	KAB BOJONEGORO	206.577			206.577	68.325			68.325	274.902	-	-	274.902
9	KAB LAMONGAN	170.046	1.699		171.745	73.556	6.836		80.392	243.602	8.535	-	252.137
10	KAB SUMENEP	200.881			200.881	63.181			63.181	264.062	-	-	264.062
11	KOTA SURABAYA		170	21	191		31.697	6.018	37.715	-	31.867	6.039	37.906
12	KAB SIDOARJO		465	148	613		14.371	1.388	15.759	-	14.836	1.536	16.372
13	KAB GRESIK		1.383		1.383		8.186		8.186	-	9.569	-	9.569
14	KOTA MALANG		79	11	90		9.335	1.186	10.521	-	9.414	1.197	10.611
15	KAB JOMBANG		1.176		1.176		7.411		7.411	-	8.587	-	8.587
16	KAB MOJOKERTO			752	752			1.859	1.859	-	-	2.611	2.611
18	KAB NGAWI			418	418			437	437	-	-	855	855
11	Kab/ Kota lainnya	2.232.016	17.900	1.685		1.481.822	99.552	9.092		3.713.838	117.452	10.777	3.842.067
	Jumlah	4.070.732	36.416	5.295	4.112.443	2.462.962	225.411	25.115	2.713.488	6.533.694	261.827	30.410	6.825.931
					Total UMKM JAWA TIMUR				6.825.931				

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Timur

Pelaku usaha UMKM yang ada di sejumlah 11 kota dan kabupaten di Provinsi Jawa Timur tersebut pada umumnya tersebar pada beberapa sentra UMKM yang ada di masing-

masing wilayah kota dan kabupaten. Di kota Surabaya misalnya, terdapat sentra UMKM kampung kue, sentra UMKM batik, sentra ikan bulak (SIB), dan lain-lainnya. Demikian juga sentra UMKM yang ada di kabupaten Sidoarjo, terdapat sentra UMKM sepatu dan sandal Wedoro, sentra UMKM logam Ngingas, sentra UMKM tas Tanggulangin, dan lainnya. Kondisi sentra UMKM di kota Mojokerto, Kediri, dan Madiun pada dasarnya juga sama dengan yang ada di wilayah kota Surabaya dan kabupaten Sidoarjo.

5.1.1 Sentra UMKM Kota Surabaya

Kota Surabaya termasuk beruntung karena memiliki kawasan pesisir pantai yang cukup luas dari wilayah Gunung Anyar hingga Kenjeran. Disebut beruntung karena kawasan pesisir ini sejatinya menyimpan potensi yang luar biasa akan keragaman hasil laut.

Kota Surabaya bukan hanya dikenal sebagai kota industri dan perdagangan, akan tetapi Surabaya juga merupakan kota bahari. Sebagai Kota bahari, Surabaya mengelola potensi pantai kenjeran yang memiliki potensi hasil laut yang melimpah dan beragam. Pada sekitar wilayah pantai Kenjeran, Pemerintah kota Surabaya juga telah membangun fasilitas baru berupa Sentra Ikan Bulak (SIB), yang merupakan sentra pasar yang menyediakan hasil laut berupa ikan segar maupun produk-produk olahan hasil laut. Sentra Ikan Bulak (SIB) ini juga merupakan ikon baru yang berada di wilayah Kenjeran sebagai tempat orang untuk berbelanja ikan segar maupun produk-produk olahan hasil laut. Seiring dengan perkembangan Sentra Ikan Bulak (SIB), maka di daerah Kenjeran juga berkembang UMKM yang bergerak dalam usaha makanan olahan hasil laut dengan beragam varian, souvenir (pernak-pernak) dari bahan kulit kerang, sirip ikan dan lain-lain.

Disamping potensi hasil laut, di sekitar wilayah Wonorejo juga menyimpan potensi hutan mangrove, dimana di daerah ini juga telah berdiri sentra-sentra UMKM yang bergerak dalam usaha batik.

Demikian juga untuk wilayah lain yang tersebar di kota Surabaya, termasuk Kelurahan Rungkut, terdapat sentra UMKM Yang bergerak dalam bidang usaha pembuatan kue basah dan kue kering atau yang lebih dikenal dengan “Kampung Kue”.

1) Sentra UMKM Kampung Kue yang ada di Kelurahan Rungkut

Kampung Kue Rungkut Lor II, Kec Rungkut, Surabaya kini dikenal sebagai salah satu kelompok usaha kecil menengah (UKM) yang menghidupkan pasar kue basah dan kue kering di Surabaya. Choirul Mahpuduah, penggerak dan pendiri UKM sekaligus sebagai ketua paguyuban kampung kue, mengatakan warga kampung kue yang sebagian besar hidup dari produksi kue mulai bekerja sejak pukul 02.00 wib. Sejak dibentuk pada 2000-an, anggotanya terdiri dari 65 pengrajin kue. Setiap hari mereka bisa menghasilkan omset penjualan rata-rata Rp 25 juta.



Gambar 5.3 Mapping Sentra UMKM Di Kota Surabaya

2) Sentra UMKM Batik yang berlokasi di Wonorejo, MERR dan sekitarnya

A. Batik Surabaya



Batik Surabaya beberapa tahun terakhir mulai mendapatkan perhatian dari para penggemar batik seiring dengan perkembangan industri kreatif. Batik Surabaya identik dengan warnanya yang kuat dan berani sangat mewakili karakteristik orang-orang Surabaya yang cenderung keras dan berani. Warna-warna batik Surabaya cenderung lebih cerah apabila dibandingkan dengan batik Jawa Tengah.

Sedangkan motif-motifnya didominasi oleh beberapa hal yang juga merupakan ciri khas kota semanggi, motif suro dan boyo, dan beberapa motif lainnya. Surabaya juga mempunyai kampung batik yang memang merupakan pusat batik di Surabaya dan menjadi rujukan wisata batik di Surabaya. Kampung batik di Surabaya antara lain tersebar di beberapa wilayah kota



Surabaya, antara lain : Kampung Batik Tambak Dukuh, Kampung Batik Mangrove Wonorejo.

B. Bengkel Kriya Daun 9996

DAUN kering berubah menjadi duit? Tentu bisa. Di tangan Sri Retnanik, daun kering bisa disulap menjadi hiasan cantik. Jika dijual, harganya pun fantastis. Nantik, sapaan Retnanik, membuktikan mahalnnya daun kering di bengkel Kriya Daun 9996. Itu adalah usaha yang didirikannya pada 9 September 1996. Kombinasi empat angka di belakang nama merupakan tanggal berdirinya usaha kecil menengah (UKM) yang memproduksi hiasan dari daun kering tersebut.



C. Sentra UMKM MERR

Sentra UKM Merr yang berada di kecamatan Rungkut Surabaya. Sesuai dengan namanya lokasi dari gerai UKM ini berada persis di Jalan Sukarno-Hartta Merr. Bangunan dengan dominasi warna kuning ini mempunyai arsitektur yang cukup menarik dengan ornamen kaca berwarna gelap di depannya. Gedung yang di resmikan oleh Walikota Surabaya Tri Rismaharini pada 16 Desember yang lalu ini memiliki 4 Lantai, 3 Lantai untuk produk UKM dan 1 lantai teratas yang di gunakan untuk pelatihan.

Pada Sentra UMKM Merr ini beragam handycraft buatan para (Usaha Kecil menengah)UKM yang ada di Surabaya bisa kita jumpai. Beragam handycraft banyak terdapat di sini, mulai dari yang terbuat dari kerang, bunga kering, kaca hias, Eceng gondok, Rotan dan tak ketinggalan boneka nusantara yang sudah terkenal hingga ke manca negara. Masuk ke lantai dua terdapat gerai yang bersifat fashion. Mulai dari baju, kaos, Mukena, tas serta aksesoris penunjangnya. Di lantai ini juga terdapat beragam kain batik , mulai batik mangrove hingga batik "Bayu Sumilir" yang harganya bisa mencapai Rp 7 juta perlembarnya. Naik lagi ke lantai tiga, waktunya mengisi perut, karena di sini

Gelar pahlawan ekonomi pantas diberikan kepada pelaku usaha kecil menengah (UKM) Kriya Daun. Mereka tidak hanya mengejar omzet tinggi, tapi juga membantu memberdayakan warga sekitar. Inilah cerita sukses para pelaku UKM Surabaya.

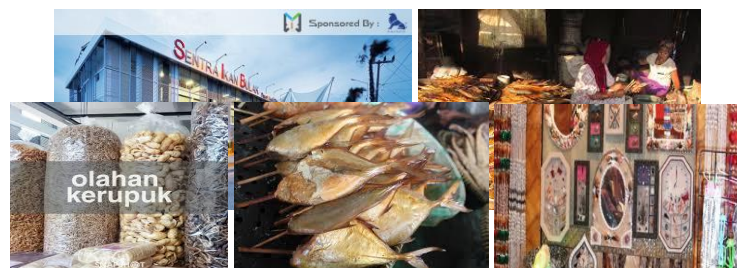
tempatya seluruh aneka camilan khas suroboyo. Keripik singkong, keripik tempe , kue pia dan minuman serta sambal khas suroboyo tersedia lengkap disini.

Konsep yang di usung oleh Sentra UKM Merr ini adalah "Pameran". jadi semua produk UKM yang terdapat di gedung ini adalah contoh kecil saja, kalau ada yang membutuhkan dalam partai besar akan, akan segera di hubungkan langsung dengan UKM yang membuatnya. Tetapi apabila ada pengunjung yang akan membeli, dan stok yang tersedia mencukupi masih bisa dilayani, hanya sayangnya belum tersedia mesin kasir di sini, sehingga pembeli masih di layani secara manual. Semua produk UKM yang ada di sini merupakan binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Pemerintah Kota Surabaya.



Gambar 5.4 Sentra UMKM MERR Kota Surabaya

- 3) Sentra UMKM pengolahan hasil laut dan souvenir yang berlokasi di Bulak (Sentra Ikan Bulak), kelurahan Bulak dan Kenjeran. Bulak sebagai Kampung Wisata Surabaya menjadi destinasi baru kota Surabaya, yaitu Kampung Nelayan satu-satunya di Surabaya. Bulak menjadi sorotan wisata, khususnya masyarakat Surabaya. Bulak yang selama ini hanya dikenal memiliki *Sunrise of Bulak*, sekarang bertambah dengan hadirnya ikon baru, Jembatan Taman Hiburan Pantai Kenjeran. Jembatan Pantai Kenjeran ini akan memastikan Bulak menjadi Kampung Nelayan Wisata di Surabaya. Di Sentra Ikan Bulak (SIB) ini tempat sentra UMKM produk hasil olahan ikan dari laut dengan beragam varian, mulai dari krupuk ikan, krupuk terung, nugget ikan, dan lain-lain serta pusat UMKM souvenir dan kerajinan dari sirip ikan, kerang dan lain-lain.



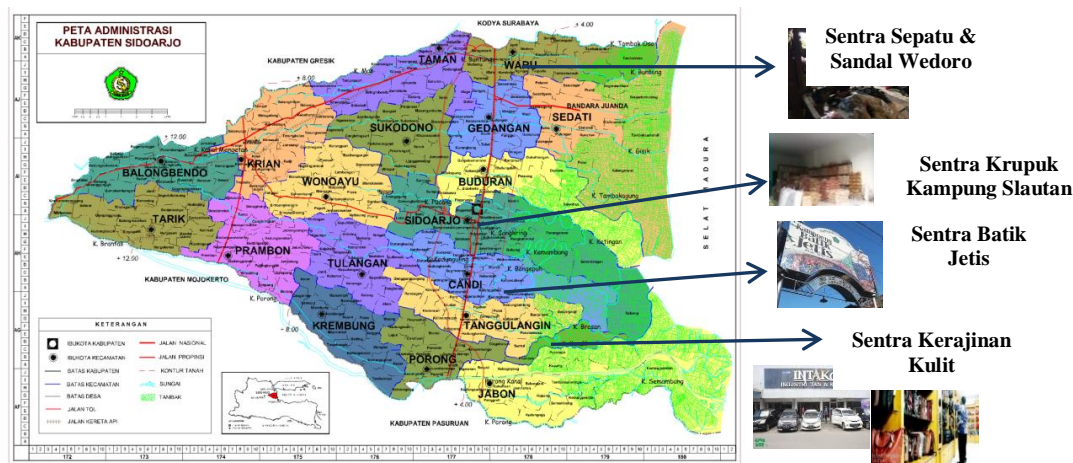
Gambar 5.5 Sentra UMKM Bulak Kenjeran Surabaya

5.1.2 Sentra UMKM Kabupaten Sidoarjo

Kabupaten Sidoarjo identik dengan hasil tangkapan nelayannya. Pantas saja jika kabupaten yang menjadi salah satu penyangga ibu kota provinsi Jawa Timur ini dijuluki kota udang. Setelah menyelidik lebih dalam, rupanya Sidoarjo tak hanya memiliki potensi sumber daya alam yang luar biasa. Wilayah yang memiliki 18 kecamatan dan 353 kelurahan ini juga memiliki sumber daya manusia yang mumpuni. Itulah mengapa dapat kita temui industri rumahan tersebar di berbagai sudut di Sidoarjo.

Memiliki banyak kegiatan ekonomi rakyat dengan bidang usaha yang berskala kecil dan menengah, membuat Sidoarjo layak disebut “Kota UKM Indonesia”. Kabupaten yang dahulu dikenal sebagai pusat Kerajaan Janggala ini merupakan daerah yang berkembang pesat, salah satunya karena potensi usaha kecil menengah yang dikemas baik.

Kabupaten Sidoarjo merupakan kabupaten dengan usaha kecil menengah terbanyak di Indonesia. Total Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di sana mencapai 171.264 unit usaha. Rinciannya, usaha mikro 154.891 unit, usaha kecil menengah 154 unit, dan usaha besar 16.000 unit. Di Sidoarjo juga telah tumbuh sekitar 82 sentra industri rakyat dan ditambah kampung-kampung usaha, seperti kampung batik, kampung jajanan, kampung kerupuk, kampung sayangan, kampung sandal dan sepatu, dan lain-lain.



Gambar 5.6 Mapping Sentra UMKM Di Kabupaten Sidoarjo

Berkunjung ke Sidoarjo kurang lengkap rasanya jika tak mampir ke Tanggulangin. Lokasinya berada di sebelah selatan ibukota Sidoarjo, hanya berjarak sekitar 9 kilometer dari pusat kota Sidoarjo. Kawasan ini merupakan sentra kerajinan kulit. Jika memasuki kawasan industri Tanggulangin, kita akan melihat deretan toko di sisi kanan maupun kiri. Toko-toko tersebut menjual kebutuhan fashion seperti tas, koper, trolley, dompet, sabuk, sepatu, sandal, jaket, dan lain-lain. Ada satu tempat yang begitu legendaris di kawasan ini. Berada di Jalan Utama kedensari No.27, yakni Koperasi Intako. Kabarnya koperasi ini merupakan kebanggaan

pemerintah di zaman orde baru. Di bawah kepemimpinan Presiden Soeharto dahulu, setiap tamu negara dari berbagai negara selalu diajak ke Intako. Mulai dari Perdana Menteri Malaysia era 80-90'an (Mahathir Mohamad), Kepala Negara Kamboja 1960-1993 (Norodom Sihanouk), hingga Perdana Menteri India pertama (Jawaharial Nehru).



Galeri Intako terbilang cukup luas, bahkan ada kafe yang bisa dimanfaatkan pengunjung

untuk santai sejenak sambil makan atau minum di dalamnya. Di galeri Intako, pengunjung tak perlu bingung memilih-milih barang yang hendak dibawa pulang. Penataan barang di sana sudah dibagi menjadi beberapa bagian. Ada bagian khusus dompet, tas, sepatu, sabuk, begitu pula barang yang lainnya. Di Intako juga dipilah barang mana dengan harga untuk kalangan menengah ke atas dan untuk menengah ke bawah. Itulah mengapa galeri ini ramai di kunjungi semua kalangan yang ingin berbelanja. Intako yang berdiri 7 April 1976, tidak serta merta seperti yang sekarang ini. Dahulunya area kafe di dalam tempat ini hanya digunakan untuk menjual bahan baku pembuatan koper, mulai dari kulit sintetis, aksesoris, hingga benang. Sebelum Intako ada, sejumlah CV lah yang membawahi para perajin di Tanggulangin. Sebab kesejahteraan para perajin kurang terjamin, akhirnya CV itu bubar akibat sepi peminat.

Selain di Tanggulangin, sentra UMKM di kabupaten Sidoarjo tersebar di beberapa wilayah, seperti sentra sepatu dan tas di wilayah Krian terpajang barang-barang menarik dan tidak umum di pasaran. Paling mencuri perhatian adalah tas golf berwarna red wine yang berbahan dasar kulit buaya, begitu elegan dipandang mata. Ada pula tas jinjing bergaya vintage warna coklat, kombinasi antara kulit biasa dengan kulit buaya di bagian tengahnya, sangat *eye catching*.

Sabuk-sabuk kulit buaya berwarna maroon dan hijau pun tak kalah memancarkan pesonanya. Sepasang high heels cantik berwarna biru berbahan kulit ular juga terpajang. Serat-serat kulit ular begitu terasa saat menyentuh sepatu berhak sekitar 10 cm itu.



Selain terkenal dengan UMKM yang menghasilkan produk berbahan dasar kulit, Sidoarjo juga terkenal dengan sentra batik khas Sidoarjo yang ada di wilayah Jetis. Seiring berjalannya waktu, UMKM kampung batik Jetis ini membuat perkembangan dengan menghasilkan karya-karya batik berbagai motif. Mereka mendesain dan menamai sendiri motif batiknya.





Gambar 5.7 Sentra UMKM Batik Jetis Sidoarjo

Wilayah timur kabupaten Sidoarjo yang dikeliling dengan pantai dan tambak yang menghasilkan ikan dan udang, juga terkenal dengan makanan olahan berbahan dasar ikan. Makanan olahan ini banyak diproduksi oleh pelaku usaha yang ada di wilayah Candi dan sekitarnya.



Sentra UMKM Sandal juga terdapat di daerah Wedoro, Kecamatan Waru, dimana di Wedoro ini terdapat banyak pengrajin sandal yang terkelompok kedalam sentra sandal Wedoro.



Gambar 5.8 Sentra UMKM Sandal Wedoro Sidoarjo

Sedangkan di wilayah Ngingas dan Kureksari yang juga masuk daerah kecamatan Waru juga terdapat sentra UMKM logam, dimana disini terdapat pengrajin logam yang membuat produk sesuai pesanan dengan bahan dasar logam.

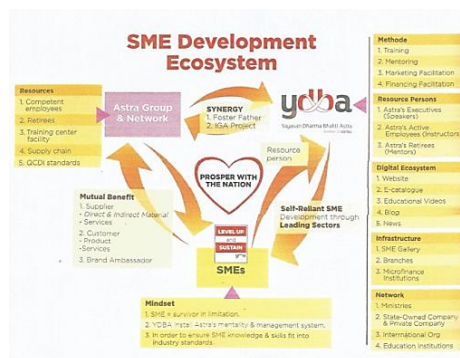


Sentra logam Ngingas dan Kureksari ini mendapatkan pembinaan dan pendampingan usaha dari Yayasan Dharma Bhakti Astra (YDBA). Produk yang dihasilkan oleh UMKM pada sentra logam Ngingas ini antara lain : komponen kompor gas, komponen kerajinan Bali, komponen pengan elektronik yang dipesan oleh Maspion Group.



Gambar 5.9 Produk Sentra UMKM Logam Ngingas Waru Sidoarjo

Selain UMKM logam, Yayasan Dharma Bhakti Astra (YDBA) juga membina beberapa pelaku usaha UMKM lainnya, antara lain : Bengkel perbaikan part motor, kuliner berupa catering, usaha agro bisnis.



Gambar 5.10 Skema Program Pendampingan Usaha YDBA

Sektor unggulan ini adalah bentuk kontribusi YDBA kepada UMKM dan menjadi bagian penting dalam ekosistem pembinaan UMKM. Semua sumber daya (Metode, Narasumber, Ekosistem Digital, Infrastruktur, dan Jaringan) yang dimiliki YDBA digerakkan secara sistematis untuk membantu kemandirian UMKM yang ujungnya akan menciptakan hubungan saling menguntungkan di antara setiap entitas di dalam ekosistem ini. Dalam menjalankan program sektor unggulan, YDBA bersama Grup Astra berpegangan pada prinsip **“Berikan Kail Bukan Ikan”**, sehingga YDBA maupun Astra tidak memberikan dukungan berupa dana, melainkan pengetahuan, ketrampilan, dan akses pemasaran. Kompetensi ini nantinya akan mendorong UMKM untuk mandiri. Semua itu tentunya dilakukan untuk mencapai tujuan Astra untuk dapat **“Sejahtera Bersama Bangsa”**.

Dalam mengembangkan sektor unggulan, YDBA berpedoman kepada 6 Tahap Pengembangan Sektor Unggulan yang dirumuskan berdasarkan visi untuk menghasilkan komunitas UMKM yang mandiri. Berdasarkan pengalaman yang telah dilalui YDBA, pada umumnya keenam tahap ini paling cepat dapat dilalui oleh komunitas UMKM dalam kurun waktu 2 (dua) hingga 3 (tiga) tahun.

Adapun keenam tahap sektor unggulan yang dikembangkan oleh YDBA tersebut, antara lain meliputi :

1. Usulan Sektor Unggulan

Pada tahap awal ini LPB yang merupakan cabang YDBA melakukan pemetaan dan penggalan potensi daerah setempat yang kemudian mengajukan proposal calon sektor unggulan. YDBA kemudian melakukan verifikasi terhadap pengajuan tersebut untuk memutuskan potensi itu dapat diterima sebagai sektor unggulan atau tidak.

2. Mencari Ayah Angkat

Jika proposal disetujui, maka YDBA akan mencarikan ayah angkat atau pihak yang membantu komunitas UMKM baik dari segi akses pemasaran maupun dari segi kompetensi. Dalam hal ini, ayah angkat nanti akan menentukan standar QCDI UMKM. Ayah angkat diutamakan merupakan perusahaan yang membutuhkan alternatif *supplier* untuk menunjang bisnisnya.

3. Pembinaan UKM Pilot

Setelah ayah angkat ditemukan, maka YDBA akan memulai program pembinaan untuk UMKM Pilot, yang melibatkan 3 – 5 UMKM yang berkomitmen penuh untuk mengikuti program pembinaan. Pada tahap ini, program pembinaan difokuskan pada perubahan pola pikir dan pengembangan intensif dalam bidang manajemen produksi. Program pengembangan tersebut ditujukan agar UMKM dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh ayah angkat.

4. Pembinaan Anggota, Pembentukan Komunitas

Setelah UMKM Pilot telah berhasil memenuhi standar dan mendapatkan pesanan dari ayah angkat, tahap berikutnya adalah penambahan anggota yang bertujuan untuk memperluas dampak dari program pembinaan yang telah dilakukan kepada UMKM Pilot. Dalam hal ini UMKM Pilot akan berperan sebagai *role model* dan *fasilitator* untuk UMKM lain yang juga ingin mengalami proses transformasi. Setelah proses ini, diharapkan UMKM Pilot dapat membagi pesanan dari ayah angkat kepada UMKM yang baru bergabung dengan komunitas.

5. Pembuatan Koperasi

Setelah jumlah anggota komunitas dirasa sudah cukup, tahap selanjutnya adalah pembentukan Koperasi yang bertujuan untuk mengarahkan komunitas untuk menjadi komunitas yang mandiri. Pada proses ini YDBA mendukung pendirian koperasi dari sisi penentuan *business model* dan penanaman nilai-nilai koperasi seperti kejujuran, keterbukaan, dsb. Dengan adanya nilai-nilai tersebut, diharapkan koperasi dapat memfasilitasi UMKM untuk dapat memenuhi kebutuhan bersama komunitas, seperti pengadaan mesin, bahan baku, akses pemasaran, dsbnya.

6. Pemandirian Koperasi

Pada tahap ini, koperasi yang dibentuk komunitas UMKM telah mampu menjadi penggerak ekonomi komunitas sehingga YDBA cukup bertindak sebagai PDCA (*Plan, Do, Check, Action*) *Reviewer* untuk koperasi.



Sektor unggulan adalah program yang berfokus pada kumpulan UMKM dalam industri sejenis yang tumbuh dan berkembang dengan terjaminnya ketersediaan sumber daya bahan baku (input) serta mampu *sustain* dalam proses pemasarannya. Sektor unggulan merupakan program utama yang akan menjadi prioritas YDBA dalam menjalankan program pengembangan UMKM.

Tujuan daripada sektor unggulan ini, antara lain : (1) mengajak UMKM yang tergabung dalam sektor unggulan untuk naik kelas dalam bisnisnya, misal dari skala *home industry* masuk ke *supply chain* industri besar, (2) merawat agar pencapaian itu (naik kelas) bisa berlangsung terus (awet).

YDBA menjadikan sektor unggulan sebagai program utama dalam rangka memfokuskan sumber dayanya dan mempercepat pencapaian komunitas UMKM yang “**Naik Kelas dan Awet**”. Sesuai dengan prinsip yang dimiliki YDBA, yaitu “**Berikan Kail Bukan Ikan**”, program sektor unggulan memacu kemandirian UMKM melalui berbagai program intensif.

Berdasarkan wawancara, interview, dan focus group discussion yang dilakukan oleh tim peneliti bersama kepala bidang usaha Koperasi dan Usaha Mikro Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, diperoleh gambaran mengenai usaha UMKM yang ada di Sidoarjo sebagaimana berikut ini :

1. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo hanya menangani kelompok usaha Mikro sedangkan untuk kelompok usaha Kecil dan Menengah ditangani oleh pemerintah Provinsi.
2. Saat ini jumlah pelaku usaha UMKM yang ada sebanyak 645.000 pelaku usaha, dimana sebanyak 174.000 tergolong usaha mikro, dan data yang ada pada dinas hanya sebanyak 6.400 pelaku usaha.
3. Kabupaten Sidoarjo mempunyai kelompok usaha Koperasi sebanyak 1.420 koperasi, dimana pelaku usaha koperasi yang ada mempunyai kewajiban untuk melakukan pembinaan terhadap UMKM yang ada disekitarnya. Dan setiap tahun masing-masing koperasi menyampaikan laporan mengenai perkembangan UMKM yang menjadi binaannya.
4. Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro pemerintah kabupaten Sidoarjo setiap tahun membuat program pelatihan dan pendampingan usaha bagi pelaku usaha mikro. Pelaksanaan kegiatan

program pelatihan dan pendampingan usaha dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro bekerjasama dengan kelompok usaha atau asosiasi yang ada di wilayah kabupaten Sidoarjo.

5. Saat ini sentra UMKM yang masih aktif dalam menjalankan kegiatan usahanya, antara lain : Wedoro sebagai sentra sandal, Ngingas dan Kureksari sebagai sentra logam, Jetis sebagai sentra batik Sidoarjo, Tanggulangin sebagai sentra Tas, sepatu,dll, Kebonsari sebagai sentra telur asin. Selain itu juga terdapat beberapa sentra lain yang belum bisa diidentifikasi, antara lain : sentra makanan olahan (kampoeng jajanan), sentra krupuk (kampoeng kroepoek), sentra bandeng dan lain-lain.
6. Dalam pemasaran produk UMKM, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro kabupaten Sidoarjo juga memfasilitasi para pelaku usaha dengan menyediakan wadah untuk pemasaran dan promosi produk dalam bentuk “*marketplace*” dengan tag “TUKUO” dan setiap usaha mikro didorong untuk memiliki PIRT.

Melihat sedemikian besarnya potensi ekonomi yang ada pada sentra-sentra UMKM yang ada di wilayah kabupaten Sidoarjo, maka sudah selayaknya kalau Sidoarjo mendapat gelar “Kota UMKM Indonesia”.

5.1.3 Sentra UMKM Kota/Kabupaten Mojokerto

Kota Mojokerto adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 50 km barat daya Surabaya. Mojokerto merupakan kota penyangga utama Ibu kota Provinsi Jawa timur. Kota ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dilihat dari penerimaan asli daerah setiap tahun mengalami peningkatan. Kota Mojokerto merupakan salah satu wilayah yang masuk dalam kawasan metropolitan Surabaya, yaitu Gerbangkertosusila. Saat ini terdapat Tol Surabaya-Mojokerto yang mendorong perkembangan Kota Mojokerto semakin pesat. Wilayah Kota Mojokerto berbatasan langsung dengan kabupaten Mojokerto.

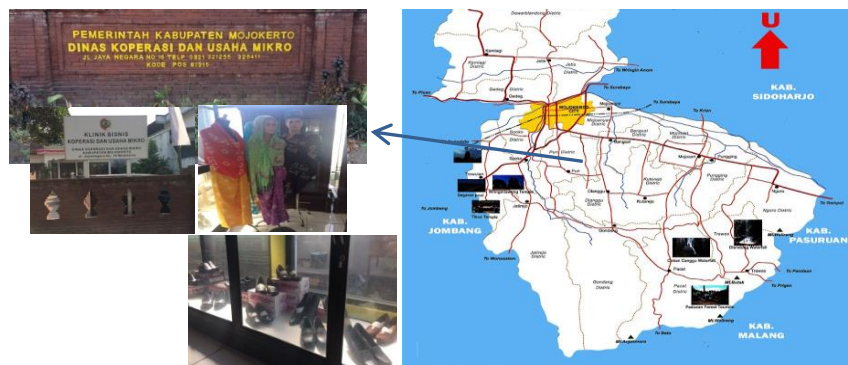
Mojokerto terkenal dengan camilan khasnya yaitu onde-onde. tahu tek/lontong di kota mojokerto banyak sekali toko yang menjual onde-onde, salah satunya yaitu Bo Liem. sekarang ini kita juga sering menjumpai di jalan raya by pass banyak sekali toko penjual onde-onde berbagai rasa.

Keberadaan sentra UMKM di kota/kabupaten Mojokerto tersebar di beberapa wilayah, antara lain :

Tabel 5.5 Perkembangan Industri Menurut Kelompok Industri, 2016

Klasifikasi Industri Industrial Classification	Perusahaan Establishments	Tenaga Kerja Employee	Nilai Produksi (Juta) Production Value	Nilai Investasi (Juta) Investment Value
Industri Besar Large Scale Industries	4	3,267.00	1,843,250.48	213,460.82
Industri Sedang Medium Scale Industries	44	972.00	115,442.37	20,013.35
Industri Kecil Small Scale Industries	570.00	5,331.00	282,631.99	23,770.73
Industri Mikro Micro Scale Industries	879.00	1,828.00	80,453.19	6,833.27
Jumlah	1,449.00	7,159.00	363,085.18	30,604.00

Sumber : BPS, Mojokerto Dalam Angka 2016



Gambar 5.11 Mapping Sentra UMKM Di Kab/Kota Mojokerto

Perkembangan usaha mikro di Kabupaten Mojokerto cukup positif. Data di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Mojokerto menyebutkan, saat ini sudah ada 155.354 unit usaha mikro di Kabupaten Mojokerto.

Keberadaan sentra UMKM di kota/kabupaten Mojokerto tersebar di beberapa wilayah dan sentra UMKM. Produk UMKM Mojokerto yang sangat sangat terkenal adalah alas kaki, kerajinan, makanan dan minuman, serta kopiah dan juga kain batik.



Gambar 5.12 Produk Sentra UMKM Di Kota/Kabupaten Mojokerto

Sentra-sentra UMKM yang ada di kota/kabupaten Mojokerto, antara lain : Sentra UMKM Sepatu yang bekerjasama dengan Sentra UMKM Sepatu di Magetan (Sentra UMKM Sepatu Mojokerto menerima pasokan kulit dari Magetan dan produk jadi sepatunya kemudian dikirim kembali ke Sentra Sepatu yang ada di Magetan), Sentra UMKM Tahu, Sentra UMKM Onde-Onde, Sentra UMKM Kerajinan Pernak-Pernik, serta Sentra UMKM Batik dengan motif/corak Mojopahitan.

Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro kota/kabupaten Mojokerto melalui Klinik Bisnis Koperasi Dan Usaha Mikro sangat aktif dalam melaksanakan program-program pelatihan bagi pelaku usaha UMKM yang ada di wilayah kota Mojokerto, dimana program pelatihan bagi pelaku usaha UMKM tersebut kemudian dilanjutkan dengan adanya pembinaan dan pendampingan usaha.

Pada sentra-sentra UMKM yang ada di kota Mojokerto belum ada Koperasi yang khusus melayani kepentingan pelaku usaha UMKM, dan saat ini Klinik Bisnis Dan Usaha Mikro pada Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro kota/kabupaten Mojokerto sedang merintis pendirian pra Koperasi pada sentra-sentra UMKM yang ada.

Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro kabupaten Mojokerto dalam mengembangkan usaha UMKM yang ada di wilayahnya juga telah bekerjasama dan berkoordinasi dengan instansi/dinas terkait dalam penanganan keberadaan UMKM, antara lain : dengan Dinas Lingkungan Hidup berkaitan dengan penanganan masalah limbah, Dinas Kesehatan berkaitan dengan masalah higienitas makanan/minuman dan sertifikasi, Dinas Tenaga Kerja berkaitan dengan masalah pelatihan, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan berkaitan dengan masalah perijinan usaha.

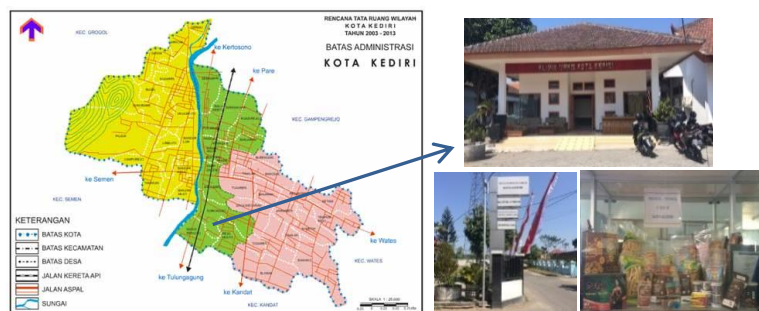
5.1.4 Sentra UMKM Kota/Kabupaten Kediri

Kota Kediri adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 130 km sebelah barat daya Surabaya dan merupakan kota terbesar ketiga di Jawa Timur setelah Surabaya dan Malang menurut jumlah penduduk. Kota Kediri memiliki luas wilayah 63,40 km² dan seluruh wilayahnya berbatasan dengan Kabupaten Kediri. Kota Kediri terbelah oleh sungai Brantas yang membujur dari selatan ke utara sepanjang 7 kilometer. Kediri dikenal merupakan pusat perdagangan utama untuk gula dan industri rokok terbesar di Indonesia. Di kota ini juga, pabrik rokok kretek Gudang Garam berdiri dan berkembang. Pada tahun 2010, Kediri dinobatkan sebagai peringkat pertama Indonesia yaitu *Most Recommended City for Investment* berdasarkan survei oleh SWA yang dibantu oleh *Business Digest*, unit bisnis riset grup SWA.

Kota Kediri identik dikenal sebagai Kota Rokok Kretek. Karena di kota itulah, berdiri pabrik rokok kretek PT.Gudang Garam di atas areal seluas 250 hektar dan memiliki sekitar 40.000 karyawan dan buruh. Kota Kediri terdiri dari 3 kecamatan yaitu Kecamatan Mojoroto, Kota, dan Pesantren seluas 63,40 km² dengan jumlah penduduk keseluruhan sejumlah 240.979 jiwa, dan 46 kelurahan. Kecamatan dengan luas wilayah terbesar yaitu Kecamatan Mojoroto (24,6 km²) sedangkan kecamatan dengan luas terkecil yaitu Kecamatan Kota (14,9 km²).

Salah satu potensi pariwisata yang ada di Kota Kediri adalah Jalan Dhoho. Jika dikelola secara profesional, maka pengembangan jalan Dhoho dan sekitarnya sebagai obyek wisata belanja ini, bisa berhasil semacam Jalan Malioboro di Jogjakarta. Karena keberadaan Dhoho sendiri sebagai pusat keramaian, kini sudah tercipta. Aset obyek wisata-agama di Kabupaten Kediri, yaitu Gua Maria Puh Sarang, bisa ”dimanfaatkan” untuk mengembangkan Dhoho.

Kabupaten Kediri adalah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Pusat pemerintahan berada di Kediri meskipun pemindahan pusat pemerintahan ke Pare telah lama direncanakan dan bahkan sekarang dibatalkan. Akhirnya pada saat ini ibu kota Kabupaten Kediri secara *de jure* berada di Kecamatan Ngasem. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Jombang di utara, Kabupaten Malang di timur, Kabupaten Blitar dan Kabupaten Tulungagung di selatan, serta Kabupaten Nganjuk di barat dan utara. Kabupaten Kediri memiliki luas wilayah 1.386.05 km² dengan 26 kecamatan.



Gambar 5.13 Mapping Sentra UMKM Di Kab/Kota Kediri

Keberadaan sentra UMKM di kota/kabupaten Kediri tersebar di beberapa wilayah, antara lain terdapat beberapa sentra UMKM :

A. Data UMKM di Kota Kediri :

1. Tenun Ikat Bandar Kidul
2. Kerajinan Rotan
3. Budidaya Ikan Lele
4. Lampu Hias

5. Produsen Tahu Kuning "Marem Asli Rasane" (MAR) Jaeweny dengan alamat Jl, Ledjan Suparman No. 131 Kota Kediri, Cp. 081-234-187-037

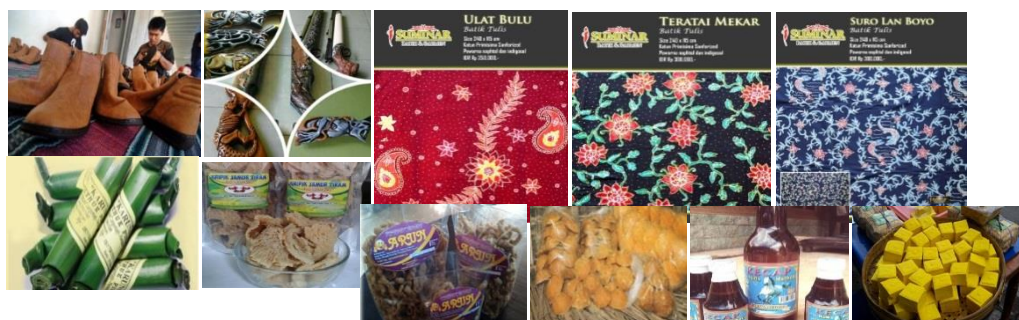
B. Data UMKM di Kabupaten Kediri

1. **SANTOSO Clothing & Konveksi** " www.SantosoKonveksi.Com " an. Rohmad Hadi Santoso, Cp. 081-515-223-755 dengan alamat: Jl, Masjid Ar-Rohman Ds.Kayenkidul03/01 Kec. Kayenkidul - Kab. Kediri
2. **Kerajinan glugu dan Tempurung** : PT. Maraton Kencana, alamat: Ds. Doko - Kec. Ngasem
3. **Kerajinan Kayu dan Tempurung** : D'Kreator Art - Alamat : Jl. Dandang Gendis No. 228 RT.20 RW.04 Ds. Doko Kec. Ngasem - an. Eko Wahyudi CP: 081 234 155 534
4. **Kerajinan Kayu, Tempurung Kelapa Lilin Aroma Terapi**: Universal Mikro - Alamat : Ds. Banjarejo, Kec. Plemahan Cp :Umi Sylva 081 234 011 75 / 0354-395946
5. **Kerajinan Lampu Hias Bambu "SRIWIJAYA LAMP"** Jl. Sriwijaya RT.01 RW.09 Ds. Kaliboto Kec. Tarokan. Cp: M.Rofi'i: 085 259 504 636
6. **Alat Peraga Edukatif "RIMADA TOYS"** Ds. Mukuh Kec. Kayen Kidul An. Ahmadi Aridho Cp. 081 234 00 145
7. **Kerajinan Kotak Pasir "BASEMAN" Produk:** Tempat Pensil, Diari, Pigura, Tempat tissue dll - Alamat: Ds. Menang Kec. Pagu Kab. Kediri an. Ali Rahmawanto 081 359 891 596
8. Pusat Kerajinan Senapan Angin " **COBRA SATRIA**" Jl. Lamtana Pare Dsn. Mulyoasri Ds. Tulungrejo Kec. Pare An. Nur Sodik Cp. 081 335 933 693
9. **Kerajinan Bedug** - Ds. Mondo Kec.Mojo An. Imam Muchsin 085 856 533 154
10. **Kerajinan Jaranan " K-EMPAT"** Alamat : Dsn. Karangrejo RT.03 RW.03 Ds. Karangrejo Kec. Kandat – An. Kusndari Cp. 085 736 417 756
11. **Kerajinan Tempurung Kelapa "TEMPURUNG MANUNGGAL JATI"** Alamat : Ds.Tengger Kidul RT.04 RW.03 Kec.Pagu - Contact Person : Sudarmanto (Totok) 081 359 306 585 / 081 234 075 994
12. **Seni Ukir "UD.PANGESTU"** Alamat : Jl.Kartini 24 Ds.Doko, Kec.Ngasem, Kediri - Contact Person : Bpk. Muntoha 085 755 574 27 / 082 564 914 2109
13. **Seni Kaligrafi " GALLERY KALIGRAFI"** Alamat : Ds. Gurah Kec. Gurah – An : Hendrayana 081 234 140 90
14. **Kerajinan Tasbih "JAYA ABADI"** Alamat : Dsn. Jurang Uluh Ds.Kedawung Kec.Mojo An : Siti Budiayah 085 725 684 837

15. **Kerajinan Batik Tulis** - Alamat : Ds. Surat Kec. Mojo, an. : Wiwin Munawaroh (0354) 7040 544
16. **Kerajinan Batik Tulis dan Cap "ESRI BATIK"** Alamat : Jl. Raya Ds. Besuk, Kec. Gurah, Kediri. An: Herlin Puspitasari 081 335 872 828
17. **Kerajinan Batik Tulis "SUMINAR BATIK DAN BUTIK"** Alamat : Jl. KH. Dewantoro 74 Ds. Sekoto Kec. Badas - An: Dra. Suminarwati / Bpk. Sugeng Sundoro 081 234 146 31
18. **Kerajinan Batik Tulis dan Painting " BUNGA TERATAI"** Alamat Dsn. Dadapan Ds. Sumberejo Kec. Ngasem - An. : Anik (Ny. Budi Irianto) 081 335 817 071 / (0354) 547 415
19. **Sentra Bordir Mukena, bantal Kursi, Blaco, Taplak CV. Sang Purnama Jaya:** Alamat : Ds. Kuwik Kunjang - An: Purwaningtyas (Bu Lurah Kuwik)
20. **Kerajinan Sepatu dan Tas "INDAH COLLECTION"** Alamat : Jl. Ontoseno Gg.IV Parerejo Kec.Pare - An. : Indah 085 815 556 504 / (0354) 761 9237
21. **Sarung Tenun " ATBM BHS"** Alamat : Ds. Bulu Kec.Semen,Kab.Kediri An: Samsi P. Matoni 085 749 542 456
22. **Sentra Kerajinan Hanger Kawat / stenlish** di Ds. Ngebrak

Para pelaku Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) di Kota Kediri masih sulit memasarkan produknya ke supermarket atau swalayan besar. Persoalannya ternyata karena kebanyakan belum memiliki izin usaha. Rata-rata pelaku UMKM hanya mengantongi SIUP dan TDP. Kendati demikian, Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja Kota Kediri selama ini telah banyak memberikan sosialisasi Fasilitasi Kemudahan Formalisasi Usaha Mikro bagi para pelaku usaha UMKM untuk berkembang dan memiliki badan usaha yang jelas serta berbagai macam perijinan usaha yang harus dimiliki oleh pelaku usaha UMKM, baik yang ada di kota/kabupaten Kediri.

Selain membantu kemudahan dalam mengakses perizinan, Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri juga membantu dalam bidang permodalan bagi para pelaku UMKM dalam mengakses dana modal usaha dengan bunga yang rendah.



Gambar 5.14 Produk UMKM Kota/Kabupaten Kediri

Sentra-sentra UMKM yang selama ini ada di kota Kediri, antara lain : Sentra UMKM Tenun Ikat di Bandar, sentra UMKM Tahu di Tinalan, Sentra UMKM Sulak di Blabak, Sentra UMKM Batik di Dermo.

Kebijakan dalam penanganan UMKM yang ada di kota Kediri oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Kediri selama ini berjalan dengan baik, terutama yang meliputi program pelatihan, pembinaan dan pendampingan usaha setelah dilakukan program pelatihan. Namun demikian, jumlah pelaku usaha UMKM dirasakan semakin lama semakin menurun, karena rendahnya kemauan para pelaku usaha sendiri untuk melanjutkan usahanya. Berdasarkan informasi dari kepala bidang UMKM, jumlah pelaku usaha Batik \pm 40 pelaku usaha, pelaku usaha UMKM Sulak \pm 40 pelaku usaha, pelaku usaha Tenun Ikat \pm 23 pelaku usaha tetapi rata-rata pelaku usaha memiliki karyawan sebanyak 80 orang.

Dari beberapa pelaku usaha UMKM yang ada di kota Kediri, banyak juga yang sukses di bidang usahanya dan mereka kebanyakan diminta menjadi nara sumber bersama Dinas Koperasi UMKM untuk memberikan pelatihan di beberapa kota yang ada di Jawa Timur.

5.1.5 Sentra UMKM Kota/Kabupaten Madiun

Kota Madiun adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 160 km sebelah barat Surabaya, atau 111 km sebelah timur Surakarta, Jawa Tengah. Di kota ini terdapat pusat industri kereta api (INKA). Madiun dikenal memiliki Lapangan Terbang Iswahyudi, yakni salah satu pangkalan utama AURI, meski sebenarnya terletak di Kabupaten Magetan. Madiun memiliki julukan Kota Gadis, Kota Brem, Kota Pelajar, Kota Sepur, Kota Pecel, Kota Budaya, Kota Sastra, dan Kota Industri.

Posisinya yang cukup strategis menjadikan Madiun berada di jalur utama Surabaya-Yogyakarta. Kota ini juga menjadi persimpangan jalur menuju Ponorogo dan Pacitan ke arah selatan. Akan direncanakan oleh pemerintah Jawa Timur untuk membangun jalan bebas hambatan dari Kota Surakarta (Tanpa lewat Kota Sragen dan Ngawi) lurus ke barat laut sampai Maospati, Magetan kemudian di teruskan sampai Kota Madiun dan di teruskan lurus ke timur laut melewati Kota Nganjuk sampai di Waru, Sidoarjo (Berhubung dengan Tol Surabaya-Gempol), hal ini bertujuan untuk membangun Kota Madiun sebagai kota metropolitan atau kota singgah yang diharapkany dapat membantu permasalahan Kota Surabaya. Oleh karena itu, Kota Madiun ditetapkan sebagai wilayah hinterland atau pusat ekonomi untuk daerah sekitarnya dalam Rencana Tata Ruang dan Wilayah (Perda No 6/2007).

Kota Madiun juga dikenal sebagai Kota Industri karena memiliki industri sebagai berikut:

- Industri kereta api (PT INKA)
- Industri UMKM
- Industri baja (PT Hari Jaya Utama)
- Industri mebel Jepara
- Industri sepatu Alvero
- Industri tas
- Industri makanan ringan
- Industri pabrik rokok

Madiun terkenal dengan produk unggulannya makanan *brem*. Salah satu makanan khas Madiun adalah *Pecel Madiun*, serta sambal pecel madiun.

Kabupaten Madiun adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro di utara, Kabupaten Nganjuk di timur, Kabupaten Ponorogo di selatan, serta Kabupaten Magetan, dan Kabupaten Ngawi di barat. Ibukotanya adalah Kecamatan Mejayan sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.52 Tahun 2010. Sebagian gedung-gedung pemerintahan sudah berada di wilayah Caruban yang merupakan bagian dari Kecamatan Mejayan. Gedung pemerintahan lain telah dipindah secara bertahap dari Kota Madiun ke Caruban sejak 2011.

Madiun dilintasi jalur utama Surabaya-Yogyakarta dengan kode Jalan Nasional 15 dari Kota Surabaya hingga Kecamatan Mejayan dan Jalan Nasional 22 dari Kecamatan Mejayan hingga Kecamatan Madiun.

Kabupaten ini juga dilintasi jalur kereta api lintas selatan Pulau Jawa Daerah Operasi 7 Madiun. Kota - kota kecamatan yang cukup signifikan adalah Caruban, Saradan, Dolopo, Dagangan dan Balerejo.

Bagian utara wilayah Madiun berupa perbukitan, yakni bagian dari rangkaian Pegunungan Kendeng. Bagian tengah merupakan dataran tinggi dan bergelombang. Sedang bagian tenggara berupa pegunungan, bagian dari kompleks Gunung Wilis-Gunung Liman.

Kabupaten Madiun terdiri atas 15 kecamatan, yang terbagi dalam 206 terdiri dari 198 desa dan 8 kelurahan. Dalam percakapan sehari-hari penduduk kabupaten Madiun menggunakan Bahasa Jawa dengan Dialek Madiun.

Potensi yang menonjol saat ini adalah pertanian padi, kedelai, palawija, perkebunan kakao, kopi, mangga, durian, serta rambutan dan produk hasil hutan dan produk olahan lainnya seperti kerajinan kayu jati dan lain sebagainya.

Durian dan kakao banyak di budidayakan di Kecamatan Dagangan, dan Kecamatan Kare. Kebun Kopi dengan skala besar di budidayakan di Kandangan, Kecamatan Kare, yang merupakan peninggalan Belanda.



Gambar 5.15 Mapping Sentra UMKM Di Kab/Kota Madiun

Jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Madiun saat ini tercatat sebanyak 23.093 unit. UMKM ini terdiri dari berbagai jenis usaha mulai makanan hingga souvenir.

Dari 23.093 unit UMKM itu memiliki nilai produksi mencapai Rp65 miliar per tahun. UMKM tersebut setidaknya telah menyerap tenaga kerja sekitar 8.000 orang pada tahun lalu. Sentra pembuatan lempeng Madiun terdapat di Jalan Gajah Mada, Kelurahan Manguharjo, Kecamatan Manguharjo. Di jalan tersebut terdapat tujuh industri rumah tangga yang masih bertahan memproduksi lempeng. Rata-rata, usaha ini merupakan usaha keluarga yang telah digeluti sejak puluhan tahun.

Batik Murni Madiun, lempeng Madiun, dan sambal pecel Madiun, merupakan sejumlah dari banyak industri kecil dan menengah (IKM) yang menjadi produk unggulan di Kota Madiun.

Pada beberapa tahun terakhir ini telah berkembang UMKM Batik yang ada di kota Madiun maupun kabupaten Madiun, yang masing-masing memiliki ciri khas tersendiri dalam motif dan coraknya.

Batik yang ada di kota Madiun umumnya memiliki motif madumongso dan pecelan.



Gambar 5.16 Produk UMKM Batik Kota Madiun

Sedangkan motif batik yang ada di wilayah kabupaten Madiun sedikit berbeda dengan yang ada di kota Madiun. Motif batik kabupaten Madiun, antara lain bercirikan corak : Suruh, Porang, Serat Kayu Jati, Keris Kolo Gumarang, Dongkrek, Gabah Sinawur, Sekar Gringsing seperti yang ada di Griya UMKM Batik Demung Kecamatan Caruban.



Gambar 5.17 Produk UMKM Batik Kabupaten Madiun

Selain Batik, produk hasil UMKM yang khas dari kota Madiun antara lain berupa produk makanan dan minuman. Beberapa produk khas kota Madiun yang dihasilkan oleh pelaku usaha UMKM antara lain : roti bluder yang sangat terkenal sejak dahulu yakni Bluder Cokro, Kerupuk Puli, sambel pecel, brem, lempeng, dsb.



Gambar 5.18 Produk UMKM Mamin Kota Madiun

Pelaku UMKM di kota Madiun tersebar pada beberapa wilayah yang ada di dalam administratif kota Madiun dan umumnya keberadaan pelaku usaha UMKM ini tidak menempati pada sentra-sentra UMKM seperti yang ada di kota/kabupaten lainnya yang ada di Jawa Timur seperti Surabaya dan Sidoarjo. Walaupun pelaku usaha UMKM yang ada di kota Madiun tidak berada pada sentra-sentra UMKM yang khusus, namun demikian program-program pelatihan dan usaha-usaha pembinaan dan pendampingan UMKM yang ada tetap berjalan secara berkesinambungan. Hal ini bertujuan agar UMKM yang ada bisa mandiri dan berdaya dalam menjalankan kegiatan usahanya.

5.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Pada sub bab ini, peneliti akan mencoba untuk mendeskripsikan hasil penelitian dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh masing-masing responden dari masing-masing pelaku usaha koperasi dan UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur.

5.2.1 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Lokasi Usaha

Tabel 5.6 Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha

Lokasi Sentra UMKM					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kota Surabaya	22	31.4	31.4	31.4
	Kabupaten Sidoarjo	18	25.7	25.7	57.1
	Kota/Kabupaten Mojokerto	10	14.3	14.3	71.4
	Kota/Kabupaten Kediri	10	14.3	14.3	85.7
	Kota/Kabupaten Madiun	10	14.3	14.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan lokasi sentra UMKM, penelitian ini mengambil sampel sebagai responden sebanyak 22 pelaku usaha atau 31.4% yang berada di kota Surabaya sebanyak 18 pelaku usaha atau 25.7% yang berlokasi di kabupaten Sidoarjo, dan masing-masing sebanyak 10 pelaku usaha atau 14.3% yang berada di kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun. Pada Lokasi usaha tidak dijumpai keberadaan Koperasi yang berkaitan dan membantu serta menjadi induk daripada usaha yang ada.

5.2.2 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Lamanya Usaha

Tabel 5.7 Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha

Lama Usaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 5 Tahun	16	22.9	22.9	22.9
	6 - 10 Tahun	24	34.3	34.3	57.1
	11 - 15 Tahun	10	14.3	14.3	71.4

> 16 Tahun	20	28.6	28.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Rata-rata responden pelaku usaha pada sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur telah melakukan usaha 6-10 tahun sebanyak 24 pelaku usaha atau sebesar 34.3%, lebih dari 16 tahun sebanyak 20 pelaku usaha atau sebesar 28.6%, 16 orang pelaku usaha atau sebesar 22.9% kurang dari 5 tahun dan sebanyak 10 orang pelaku usaha atau sebesar 14.3% telah melakukan usaha antara 11 – 15 tahun lamanya. Dengan demikian dari sisi kompetensi usaha mereka telah memahami dengan benar mengenai jenis usaha yang dilakukan serta resiko usaha yang akan dialami.

5.2.3 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Umur Pengusaha

Tabel 5.8 Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pengusaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 30 Tahun	4	5.7	5.7	5.7
31 - 40 Tahun	9	12.9	12.9	18.6
41 - 50 Tahun	30	42.9	42.9	61.4
> 51 Tahun	27	38.6	38.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Dari sisi umur para pelaku usaha pada sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur, 30 orang pelaku usaha atau sebesar 42.9% berusia 41 – 50 tahun, sebanyak 27 orang pelaku usaha atau sebesar 38.6% berusia lebih dari 51 tahun, sebanyak 9 pelaku usaha atau sebesar 12.9% berusia 31 – 40 tahun, dan sisanya sebanyak 4 pelaku usaha atau sebesar 5.7% berusia kurang dari 30 tahun. Hal ini berarti dalam melakukan kegiatan usaha mereka telah memiliki usia yang cukup dewasa dan cukup matang dalam menjalankan kegiatan usahanya.

5.2.4 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Sifat Usaha

Tabel 5.9 Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Sifat Usaha

		Sifat Usaha			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Utama	64	91.4	91.4	91.4
	Sambilan	4	5.7	5.7	97.1
	Kerjasama	2	2.9	2.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan sifat usaha yang mereka jalankan, mayoritas pelaku usaha melakukan kegiatan usahanya sebagai usaha utama sebanyak 64 pelaku usaha atau sebesar 91.4%, 4 orang pelaku usaha atau sebesar 5.7% sebagai usaha sambilan, dan 2 orang pelaku usaha atau sebesar 2.9% sebagai usaha kerjasama. Hal ini berkaitan dengan kondisi riil di lapangan bahwa usaha yang mereka lakukan selama ini adalah usaha yang dikelola secara turun temurun sejak lama. Usaha utama berarti bahwa para pelaku usaha melakukan kegiatan usaha secara kontinyu setiap hari. Sedangkan usaha sambilan berarti usaha tersebut dilakukan hanya pada hari-hari tertentu saja atau memanfaatkan waktu senggang.

5.2.5 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Bidang Usaha

Tabel 5.10 Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha

		Bidang Usaha			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jasa	1	1.4	1.4	1.4
	Dagang	27	38.6	38.6	40.0
	Pengolahan	42	60.0	60.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan bidang usaha yang mereka jalankan, mayoritas pelaku usaha melakukan kegiatan usahanya dalam bidang pengolahan sebanyak 42 pelaku usaha atau sebesar 60.0%, 27 orang pelaku usaha atau sebesar 38.6% dalam bidang usaha dagang, dan 1 orang pelaku usaha atau sebesar 1.4% dalam bidang usaha jasa. Usaha pengolahan yang mereka lakukan adalah

usaha dalam pembuatan produk dari saat pengolahan bahan baku sampai menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

5.2.6 Deskripsi Identitas Dan Karakteristik Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Gender

Tabel 5.11 Identitas Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

		Gender			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	49	70.0	70.0	70.0
	Laki-Laki	21	30.0	30.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan gender/jenis kelamin, para pelaku usaha yang ada di sentra UMKM pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur, mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 49 orang pelaku usaha atau sebesar 70%, dan sisanya sebanyak 21 pelaku usaha atau sebesar 30% berjenis kelamin laki-laki.

5.2.7 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Aspek Metode (format) Pelatihan

Aspek pengembangan manajemen dan SDM berkaitan dengan semua aktivitas dalam usaha peningkatan kemampuan manajerial bagi para pelaku usaha, baik yang menyangkut masalah pelatihan dalam upaya pengembangan kompetensi dibidang usahanya, kursus ketrampilan dalam menggunakan peralatan, cara memasarkan dan mengelola keuangannya, serta ketrampilan tenaga kerja sendiri. Hal ini sangat penting, karena aspek pengembangan manajemen dan SDM ini memiliki peran yang strategis dalam setiap pengembangan usaha untuk menjadi lebih efektif dan efisien.

Pengembangan manajemen dan SDM pada dasarnya meliputi beberapa aspek, antara lain : aspek metode pelatihan, aspek tempat pelatihan, aspek penyelenggara pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek peserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan.

Aspek metode pelatihan dalam pengembangan manajemen dan SDM, pada dasarnya berkaitan dengan upaya meningkatkan ketrampilan dan kompetensi SDM dengan menggunakan metode/format ataupun cara-cara pelatihan yang akan digunakan dalam menyelenggarakan pelatihan.

Tabel 5.12 Data Jawaban Responden Atas Aspek Metode Pelatihan

No	Item Pernyataan	Status Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
1	Sebagai pelaku UMKM, apakah saudara pernah mengikuti jenis pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan tinggi, dinas koperasi & UMKM, lembaga perbankan maupun lembaga lainnya	56	80	14	20
2	Apakah pelatihan manajemen yang pernah saudara ikuti menyangkut aspek manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen keuangan dan aspek manajerial lainnya	54	77	16	33
3	Apakah pelatihan manajemen diselenggarakan dengan metode klasikal di mana peserta pelatihan harus hadir ditempat yang sudah ditentukan, baik tempat dan waktunya	57	81	13	19
4	Apakah pelatihan manajemen dengan metode klasikal, semua peserta wajib mengikuti materi yang disampaikan oleh instruktur secara lengkap sesuai dengan waktu dan materi yang sudah dijadwalkan	56	80	14	20
5	Apakah pelatihan manajemen dengan metode klasikal ini memberi kesempatan yang cukup bagi peserta untuk berkonsultasi manajemen yang terkait dengan aktivitas usahanya	33	47	37	53
6	Apakah pelatihan manajemen dengan metode klasikal ini memberi hasil yang efektif bagi pengembangan manajemen peserta (pelaku UMKM)	45	64	25	36
7	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik untuk mengikuti pelatihan manajemen dengan metode pendampingan langsung di lokasi tempat usaha milik saudara	66	94	4	6
8	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi materi pelatihan manajemen sesuai dengan kebutuhan dan problem bisnis saudara langsung melalui pendampingan dilapangan	67	96	3	4
9	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi materi pelatihan manajemen sesuai dengan waktu luang yang saudara jadwalkan sendiri dan langsung di lokasi tanpa meninggalkan tempat usahanya	66	94	4	6
10	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi materi pelatihan manajemen menurut kelompok usaha, sesuai dengan waktu serta tempat yang telah disepakati bersama	68	97	2	3
11	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi kesempatan berkonsultasi sesuai dengan kebutuhan manajemen dan bisnis yang sedang saudara perlukan	68	97	2	3
12	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi kesempatan berkonsultasi manajemen dan bisnis di lokasi tempat usaha sendiri sesuai dengan waktu yang disepakati bersama	67	96	3	4
13	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi pendampingan dalam kurun waktu enam bulan kedepan, sehingga dapat mendampingi pengembangan manajemen dan bisnis saudara secara efektif	66	94	4	6
14	Apakah usaha saudara akan tumbuh berkembang, jika diberi pendampingan manajemen secara berkala dan berkesinambungan oleh lembaga perguruan tinggi atau dinas koperasi & UMKM atau lembaga formal lainnya.	68	97	2	3
15	Apakah metode pelatihan melalui pendampingan langsung di lokasi usaha diyakini mampu membawa perubahan manajemen yang lebih baik dan efektif untuk pengembangan bisnis saudara ke depan.	68	97	2	3

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 5.12 di atas dapat diilustrasikan bahwa rata-rata scoring jawaban responden atas aspek metode pelatihan dalam pengembangan model pelatihan manajemen dan pemberdayaan UMKM bagi para pelaku usaha UMKM yang ada di 5 wilayah provinsi Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kab Mojokerto, kota/kab Kediri, dan kota/kab Madiun) yang menjadi wilayah pengamatan dalam penelitian ini berkisar pada nilai 77 - 97%. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi pelaksanaan aspek metode pelatihan dalam mengikuti pengembangan manajemen dan pemberdayaan yang ada pada kalangan para pelaku usaha UMKM selama ini sudah tinggi. Pada tabel di atas terlihat bahwa dari 15 item pernyataan dalam kuesioner, 2 item pernyataan kuesioner statusnya memiliki skor yang rendah – cukup, yakni item pernyataan nomor 5 dan 6.

Dengan demikian pada aspek metode pelatihan dalam pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM ini, para pelaku usaha dibidang UMKM perlunya mendapatkan dan diberikan kesempatan yang cukup untuk bisa berkonsultasi terkait masalah pelatihan yang telah diikutinya serta manfaat yang didapatkan oleh pelaku usaha UMKM setelah mengikuti pelatihan dalam rangka meningkatkan kompetensi mereka didalam menjalankan kegiatan usahanya. Secara keseluruhan aspek metode pelatihan dalam pengembangan model pelatihan manajemen dan pemberdayaan pelaku usaha UMKM sudah baik, hanya saja perlu dipikirkan kembali mengenai kesediaan bagi penyelenggara pelatihan untuk memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk berkonsultasi pasca pelatihan sehingga manfaat yang didapat bagi pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan benar-benar bisa dirasakan dan diimplimentasikan dalam kegiatan usaha nyata masing-masing pelaku UMKM.

5.2.8 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Aspek Tempat/Lokasi Pelatihan

Aspek tempat pelatihan dalam pengembangan manajemen dan SDM, pada dasarnya berkaitan dengan tempat/lokasi pelatihan diselenggarakan. Dalam hal tempat pelatihan untuk pengembangan manajemen dan SDM bisa dilakukan pada tempat lokasi pelaku usaha berada ataupun di luar tempat lokasi pelaku usaha.

Tabel 5.13 Data Jawaban Responden Atas Aspek Tempat Pelatihan

No	Item Pernyataan	Status Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
1	Apakah saudara pernah mengikuti pelatihan manajemen yang lokasinya berada satu tempat dengan penyelenggara pelatihan (langsung di perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM atau lembaga formal lainnya)	58	83	12	17
2	Apakah pelatihan manajemen yang di selenggarakan di tempat perguruan tinggi/dinas koperasi & UMKM/lembaga formal lainnya, dirasakan lebih efektif hasilnya untuk pengembangan manajemen UMKM	42	60	28	40

3	Apakah lokasi pelatihan manajemen yang di selenggarakan oleh perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM serta lembaga formal lainnya, tidak akan mengganggu aktivitas bisnis saudara	46	66	24	34
4	Apakah pelatihan manajemen akan lebih berhasil, jika lokasi pelatihannya diselenggarakan diluar kantor Dinas koperasi & UMKM/perguruan tinggi/ lembaga lainnya (hotel atau tempat lainnya)	50	71	20	29
5	Apakah saudara merasa lebih cocok jika pelatihan manajemen dapat di lakukan langsung di tempat bisnis saudara, sehingga tidak meninggalkan aktivitas usahanya	58	83	12	17
6	Apakah pendampingan manajemen langsung di lokasi usaha UMKM dirasa lebih cocok dan efektif hasilnya dibanding dilakukan di tempat lain	61	87	9	13
7	Apakah pelaku UMKM merasa lebih berkembang, jika memiliki kelompok usaha yang diberi pelatihan manajemen langsung di lokasi usahanya	63	90	7	10
8	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan di lokasi UMKM akan membuka ruang konsultasi bisnis yang lebih terbuka dan selaras dengan kondisi manajemen masing masing pelaku UMKM	63	90	7	10
9	Apakah tempat pelatihan manajemen, mempunyai pengaruh pada tingkat efektivitas hasil pelatihan dan pengembangan bisnis bagi pelaku UMKM	66	94	4	6

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 5.13 di atas dapat diilustrasikan bahwa rata-rata scoring jawaban responden atas aspek tempat/lokasi pelatihan dalam pengembangan model pelatihan manajemen dan pemberdayaan UMKM bagi para pelaku usaha UMKM yang ada di 5 wilayah provinsi Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kab Mojokerto, kota/kab Kediri, dan kota/kab Madiun) yang menjadi wilayah pengamatan dalam penelitian ini berkisar pada nilai 71 - 94%. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi pelaksanaan aspek tempat/lokasi dilaksanakannya pelatihan dalam mengikuti pengembangan manajemen dan pemberdayaan yang ada pada kalangan para pelaku usaha UMKM selama ini sudah tinggi. Pada tabel di atas terlihat bahwa dari 9 item pernyataan dalam kuesioner, 2 item pernyataan kuesioner statusnya memiliki skor yang cukup, yakni item pernyataan nomor 2 dan 3.

Dengan demikian pada aspek tempat/lokasi pelatihan dalam pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM ini, para penyelenggara pelatihan (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi Dan UMKM, Lembaga formal lainnya) perlunya memikirkan tempat/lokasi yang tepat bagi pelaku usaha dibidang UMKM untuk mengikuti pelatihan agar hasilnya dapat efektif dan efisien dan tidak mengganggu aktivitas dari para pelaku usaha UMKM sendiri didalam menjalankan kegiatan usahanya untuk berproduksi ataupun berkarya.

5.2.9 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Aspek Penyelenggara Pelatihan

Aspek penyelenggara pelatihan dalam pengembangan manajemen dan SDM, pada dasarnya berkaitan dengan lembaga ataupun institusi yang menyelenggarakan pelatihan, apakah pelatihan diselenggarakan atas prakarsa paguyuban pelaku usaha yang ada di tempat lokasi usaha ataukah oleh lembaga maupun institusi lain yang berasal dari luar kelompok para pelaku usaha yang ada.

Tabel 5.14 Data Jawaban Responden Atas Aspek Penyelenggara Pelatihan

No	Item Pernyataan	Status Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
1	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi dirasa memberi manfaat yang lebih baik untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM pada saat sekarang dan masa yang akan datang	61	87	9	13
2	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM dirasa memberikan manfaat yang lebih baik untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM pada saat sekarang dan masa yang akan datang	59	84	11	16
3	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh institusi lainnya dirasa memberi manfaat yang lebih baik untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM pada saat sekarang dan masa yang akan datang	57	81	13	19
4	Apakah pelatihan manajemen menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika pelatihan diselenggarakan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM dan lembaga lainnya	63	90	7	10
5	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif	59	84	11	16
6	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif	58	83	12	17
7	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh lembaga lainnya mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif	56	80	14	20
8	Apakah pelatihan manajemen mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif, jika pelatihan diselenggarakan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM dan lembaga lainnya	67	96	3	4
9	Apakah sinkronisasi penyelenggaraan pelatihan manajemen membutuhkan sinergi dari pihak <i>stakeholder</i> (akademisi, birokrasi & pelaku bisnis), agar dapat memberi manfaat yang optimal bagi pengembangan manajemen dan bisnis UMKM	65	93	5	7

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 5.14 di atas dapat diilustrasikan bahwa rata-rata scoring jawaban responden atas aspek penyelenggara pelatihan dalam pengembangan model pelatihan manajemen dan pemberdayaan UMKM bagi para pelaku usaha UMKM yang ada di 5 wilayah provinsi Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kab Mojokerto, kota/kab

Kediri, dan kota/kab Madiun) yang menjadi wilayah pengamatan dalam penelitian ini berkisar pada nilai 80 - 96%. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi pelaksanaan aspek penyelenggara pelatihan pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM yang ada pada kalangan para pelaku usaha UMKM selama ini sudah tinggi. Pada tabel di atas terlihat bahwa dari 9 item pernyataan dalam kuesioner, 2 item pernyataan kuesioner statusnya memiliki skor yang cukup, yakni item pernyataan nomor 2 dan 3.

Dengan demikian pada aspek penyelenggara pelatihan dalam pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM ini, para penyelenggara pelatihan (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi Dan UMKM, Lembaga formal lainnya) telah mendapatkan kepercayaan dari para pelaku usaha dibidang UMKM untuk mengikuti pelatihan dalam mengembangkan kompetensi mereka di bidang usahanya masing-masing. Namun demikian yang perlu mendapatkan perhatian bagi para penyelenggara pelatihan (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi & UMKM, Lembaga formal lainnya) adalah adanya kesediaan para penyelenggara pelatihan untuk memberikan ruang dan waktu seluas-luasnya bagi para pelaku usaha UMKM untuk berkonsultasi seputar masalah pengembangan manajemen dan bisnis yang dikelolanya masing-masing setelah mengikuti pelatihan agar hasilnya dapat maksimal.

5.2.10 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Aspek Materi Pelatihan

Aspek materi pelatihan dalam pengembangan manajemen dan SDM, pada dasarnya berkaitan dengan materi-materi ataupun bahan-bahan yang diberikan kepada para pelaku usaha sebagai peserta pelatihan pada saat mengikuti pelatihan. Materi pelatihan hendaknya mudah dipahami oleh setiap peserta pelatihan dan mudah untuk diaplikasikan dan dipraktekkan dalam usaha yang sedang dijalankan oleh para pelaku usaha.

Tabel 5.15 Data Jawaban Responden Atas Aspek Materi Pelatihan

No	Item Pernyataan	Status Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
1	Apakah pelatihan manajemen yang pernah saudara ikuti menyangkut aspek materi manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen keuangan dan aspek manajerial	57	81	13	19
2	Apakah pelatihan manajemen yang pernah saudara ikuti hanya menyangkut aspek manajerial yang bersifat teoritis saja tanpa melihat aspek aplikasinya langsung di lapangan	23	33	47	67
3	Apakah materi manajemen yang saudara peroleh selama mengikuti pelatihan dapat langsung diaplikasikan di tempat usaha saudara tanpa menemui hambatan yang berarti dalam implementasinya	40	57	30	43
4	Jika saudara menemui hambatan dalam implementasi materi pelatihan ke bisnis saudara, apakah saudara masih memiliki akses untuk berkonsultasi lebih lanjut dengan nara sumber	44	63	26	37

	yang memberi pelatihan				
5	Apakah saudara menganggap bahwa materi pelatihan yang di dapat selama pelatihan akan lebih efektif implementasinya, jika disertai dengan program pendampingan materi pelatihan dalam kurun waktu tertentu	65	93	5	7
6	Apakah program pendampingan yang dilakukan pasca pelatihan, memberi kemudahan didalam mengimplementasikan materi pelatihan yang sesuai dengan kondisi bisnis riil yang ada di lapangan	65	93	5	7
7	Apakah waktu pendampingan lapangan selama satu semester, merupakan waktu yang cukup untuk bisa memahami materi pelatihan dengan tahapan implementasi yang riil di lapangan (sesuai bisnis pelaku UMKM)	55	79	15	21
8	Apakah seluruh aspek manajemen (pemasaran/keuangan/operasional dan SDM) materinya membutuhkan program pendampingan lapangan sehingga memberi tingkat pemahaman yang lebih komprehensif	65	93	5	7
9	Apakah saudara masih memerlukan materi pelatihan manajemen lainnya seperti pemanfaatan aplikasi IT, aplikasi bisnis berbasis online dan jenis pelatihan lainnya yang saudara harapkan mampu mendukung kelancaran bisnis selama ini	67	96	3	4

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 5.15 di atas dapat diilustrasikan bahwa rata-rata scoring jawaban responden atas aspek materi pelatihan dalam pengembangan model pelatihan manajemen dan pemberdayaan UMKM bagi para pelaku usaha UMKM yang ada di 5 wilayah provinsi Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kab Mojokerto, kota/kab Kediri, dan kota/kab Madiun) yang menjadi wilayah pengamatan dalam penelitian ini berkisar pada nilai 79 - 96%. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi pelaksanaan aspek materi pelatihan pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM yang ada pada kalangan para pelaku usaha UMKM selama ini sudah tinggi. Pada tabel di atas terlihat bahwa dari 9 item pernyataan dalam kuesioner, terdapat 3 item pernyataan kuesioner statusnya memiliki skor yang rendah - cukup, yakni item pernyataan nomor 2, nomor 3 dan 4.

Dengan demikian pada aspek materi pelatihan dalam pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM ini, para pelaku usaha UMKM yang ada di kota/kabupaten pada sentra-sentra UMKM yang ada telah mendapatkan materi yang sesuai untuk pengembangan manajemen dan bisnis usahanya masing-masing. Namun demikian yang perlu mendapatkan perhatian bagi para penyelenggara pelatihan (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi & UMKM, Lembaga formal lainnya) pada aspek materi pelatihan ini adalah berkaitan dengan isi/konten dalam materi pelatihan, yang umumnya banyak mengarah ke sifatnya teoritis. Materi pelatihan hendaknya tidak bersifat teoritis belaka. Dalam hal ini materi pelatihan bisa disusun berdasarkan komposisi 30-40% teori dan 60-70% praktek aplikasinya dalam usaha/kegiatan nyata di lapangan. Dengan komposisi yang demikian ini diharapkan para pelaku usaha UMKM

yang mengikuti pelatihan manajemen dan pemberdayaan UMKM akan dapat secara langsung mengaplikasikan materi yang didapat selama mengikuti pelatihan dalam bisnis senyatanya yang dikelola dan dijalankan oleh pelaku usaha UMKM. Selain itu, penyelenggara pelatihan diharapkan dapat membuka ruang dan waktu seluas-luasnya untuk memberikan kesempatan bagi para pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan agar hasil pelatihan yang didapatkannya dapat maksimal, efektif dan efisien.

5.2.11 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Aspek Peserta Pelatihan

Aspek peserta pelatihan dalam pengembangan manajemen dan SDM, pada dasarnya berkaitan dengan pelaku usaha baik sebagai individu maupun kelompok usaha yang mengikuti pelatihan. Hal ini menyangkut mengenai masalah kegiatan usaha, dan sebagainya.

Tabel 5.16 Data Jawaban Responden Atas Aspek Peserta Pelatihan

No	Item Pernyataan	Status Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
1	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari satu kelompok usaha yang sama, agar materinya lebih fokus sesuai dengan kondisi riil bisnis UMKM	68	97	2	3
2	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari berbagai kelompok usaha yang berbeda, agar dapat saling belajar pengalaman manajemen dari bisnis yang berbeda	17	24	53	76
3	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari perwakilan satu kelompok usaha yang sama, agar pesertanya dapat menularkan materi hasil pelatihan pada anggota lainnya	58	83	12	17
4	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari perwakilan kelompok usaha yang berbeda, sehingga penyebaran materi pelatihan pada anggota menjadi lebih luas	17	24	53	76
5	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya, jika para pesertanya diusulkan atas inisiatif dari kelompok usaha masyarakat yang berasal dari satu wilayah tertentu (sentra UMKM)	63	90	7	10
6	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya, jika para pesertanya ditentukan langsung oleh penyelenggara, tanpa memperhatikan usulan yang datang dari kelompok masyarakat dari satu wilayah tertentu (sentra UMKM)	12	17	58	83
7	Apakah peserta pelatihan manajemen, sebaiknya dibatasi pengikutnya, agar pemahaman materi pelatihan menjadi lebih efektif dengan kisaran peserta tidak lebih dari 50 peserta	62	89	8	11
8	Setiap aspek manajemen yang berbeda, apakah pesertanya ditentukan dengan jumlah yang berbeda, karena setiap aspek manajemen memiliki tingkat pemahaman dan kesulitan yang berbeda beda	65	93	5	7
9	Apakah pelatihan manajemen mampu mengembangkan pemahaman dan keterampilan bisnis, jika para pesertanya diprioritaskan pada pelaku bisnis UMKM yang sudah	24	34	46	66

	beraktivitas diatas lima tahun				
10	Apakah pelatihan manajemen berjalan lebih efektif dan tepat sasaran, jika pesertanya dikelompokkan/dibedakan berdasarkan pengalaman bisnis yang dimilikinya (misalnya pengalaman bisnis, frekuensi ikut pelatihan dll)	59	84	11	16

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 5.16 di atas dapat diilustrasikan bahwa rata-rata scoring jawaban responden atas aspek peserta pelatihan dalam pengembangan model pelatihan manajemen dan pemberdayaan UMKM bagi para pelaku usaha UMKM yang ada di 5 wilayah provinsi Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kab Mojokerto, kota/kab Kediri, dan kota/kab Madiun) yang menjadi wilayah pengamatan dalam penelitian ini berkisar pada nilai 84 - 97%. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi pelaksanaan aspek peserta pelatihan pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM yang ada pada kalangan para pelaku usaha UMKM selama ini sudah tinggi. Pada tabel di atas terlihat bahwa dari 10 item pernyataan dalam kuesioner, terdapat 4 item pernyataan kuesioner statusnya memiliki skor yang rendah, yakni item pernyataan nomor 2, nomor 4, nomor 6 dan 9.

Dengan demikian pada aspek peserta pelatihan dalam pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM ini, para pelaku usaha UMKM yang ada di kota/kabupaten pada sentra-sentra UMKM yang ada telah merasakan efektivitas dan efisiensi kegiatan pelatihan serta manfaatnya setelah mengikuti pelatihan. Namun demikian yang perlu mendapatkan perhatian bagi para penyelenggara pelatihan (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi & UMKM, Lembaga formal lainnya) pada aspek peserta pelatihan ini adalah dalam menyelenggarakan pelatihan diusahakan berdasarkan kelompok usaha. Artinya peserta pelatihan harus berasal dari kelompok usaha yang sama atau merupakan perwakilan dari kelompok usaha yang sama. Dengan cara ini, materi pelatihan yang diterima oleh para pelaku usaha UMKM akan benar-benar sesuai dan fokus pada masalah-masalah atau hambatan-hambatan yang dihadapinya dalam pengelolaan usahanya selama ini. Apabila pelatihan yang diselenggarakan mengikutsertakan pelaku usaha UMKM sebagai peserta pelatihan dari kelompok usaha yang berbeda ataupun perwakilan dari kelompok usaha yang berbeda, maka materi pelatihan yang diterima oleh masing-masing peserta pelatihan tidak akan fokus pada masalah-masalah ataupun hambatan-hambatan yang dihadapi oleh masing-masing pelaku usaha UMKM.

Pada sisi yang lain, dalam menyelenggarakan pelatihan, pihak penyelenggara (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi & UMKM, Lembaga formal lainnnya), sebaiknya menyerahkan sepenuhnya peserta pelatihan kepada kelompok-kelompok usaha atau sentra-sentra UMKM yang ada tanpa adanya campur tangan dari lembaga penyelenggara pelatihan dalam penentuan siapa yang nantinya akan dilatih. Artinya peserta pelatihan berdasarkan usulan yang datang dari

kelompok masyarakat dari satu wilayah tertentu atau kelompok usaha tertentu (sentra UMKM). Demikian halnya, pemilihan dan penentuan peserta pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM harus diprioritaskan untuk pelaku usaha UMKM berdasarkan kelompok usaha dan pengalaman bisnis yang dimilikinya (pengalaman menjalankan usaha, frekuensi ikut pelatihan, kebutuhan akan pelatihan, agar kegiatan pelatihan yang dijalankan berjalan efektif dan tepat sasaran, dan bukannya semata-mata diprioritaskan pada pelaku usaha UMKM yang sudah memiliki pengalaman diatas lima tahun.

5.2.12 Distribusi Jawaban Responden Pelaku Usaha Koperasi dan Sentra UMKM Berdasarkan Aspek Orientasi Pelatihan

Aspek orientasi pelatihan dalam pengembangan manajemen dan SDM, pada dasarnya berkaitan dengan orientasi dan tujuan pelatihan diselenggarakan. Dalam hal ini apakah orientasi pelatihan lebih mengutamakan dan memprioritaskan pada pengembangan usaha bagi para pelaku usaha ataukah pada program lembaga atau institusi penyelenggara pelatihan.

Tabel 5.17 Data Jawaban Responden Atas Aspek Orientasi Pelatihan

No	Item Pernyataan	Status Jawaban Responden			
		Ya	%	Tdk	%
1	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi lebih memprioritaskan pada program lembaganya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM baik saat sekarang maupun masa mendatang	46	66	24	34
2	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM lebih memprioritaskan program institusinya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, bak saat sekarang maupun masa mendatang	51	73	19	27
3	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh kalangan bisnis lebih memprioritas program lembaganya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, bak saat sekarang maupun masa mendatang	44	63	26	37
4	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	65	93	5	7
5	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	66	94	4	6
6	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh kalangan bisnis akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	68	97	2	3
7	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh	68	97	2	3

	perguruan tinggi akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen untuk mensinergikan program lembaga dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM				
8	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen untuk mensinergikan program lembaga dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	67	96	3	4
9	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh kalangan bisnis akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen untuk mensinergikan program lembaga dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	63	90	3	10

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 5.17 di atas dapat diilustrasikan bahwa rata-rata scoring jawaban responden atas aspek orientasi pelatihan dalam pengembangan model pelatihan manajemen dan pemberdayaan UMKM bagi para pelaku usaha UMKM yang ada di 5 wilayah provinsi Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kab Mojokerto, kota/kab Kediri, dan kota/kab Madiun) yang menjadi wilayah pengamatan dalam penelitian ini berkisar pada nilai 73 - 97%. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi pelaksanaan aspek orientasi pelatihan pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM yang ada pada kalangan para pelaku usaha UMKM selama ini sudah tinggi. Pada tabel di atas terlihat bahwa dari 9 item pernyataan dalam kuesioner, terdapat 2 item pernyataan kuesioner statusnya memiliki skor yang cukup, yakni item pernyataan nomor 1, dan 3.

Dengan demikian pada aspek peserta pelatihan dalam pengembangan model pelatihan dan pemberdayaan UMKM ini, para pelaku usaha UMKM yang ada di kota/kabupaten pada sentra-sentra UMKM yang ada telah merasakan efektivitas dan efisiensi kegiatan pelatihan serta manfaatnya setelah mengikuti pelatihan. Namun demikian yang perlu mendapatkan perhatian bagi para penyelenggara pelatihan (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi & UMKM, Lembaga formal lainnya) pada aspek orientasi pelatihan ini adalah bahwa para penyelenggara pelatihan diharapkan tidak terlalu dan semata-mata hanya memprioritaskan pada program lembaganya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM baik saat sekarang maupun masa mendatang. Artinya para peserta pelatihan seyogyanya hanya menghendaki pemahaman yang lebih mendasar mengenai materi-materi pelatihan berikut aplikasinya dalam dunia bisnis senyatanya pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM baik saat sekarang maupun masa mendatang daripada hanya diberi materi mengenai program-program lembaga atau institusi pelatihan

belaka yang memang selama ini banyak terjadi. Bagi para pelaku usaha UMKM yang penting setelah mengikurti pelatihan, usaha mereka dapat lebih maju dan berkembang.

5.3 Analisis Data Dan Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pada deskripsi hasil penelitian atas jawaban responden sebagai pelaku usaha koperasi dan UMKM pada aspek metode pelatihan, aspek tempat pelatihan, aspek penyelenggara pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek peserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan, maka analisis dan pembahasan pada penelitian ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagaimana uraian dibawah ini :

5.3.1 Aspek Perumusan Model

Berdasarkan pada deskripsi distribusi jawaban responden di atas, maka aspek perumusan model yang digunakan dalam merumuskan perekayasa sosial model pelatihan manajemen yang efektif bagi pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM di Jawa Timur ini, antara lain terdiri dari aspek metode pelatihan, aspek tempat pelatihan, aspek penyelenggara pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek mpeserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan, seperti nampak pada ilustrasi mapping jawaban responden dibawah ini.

5.3.2 Tahap Perumusan Model

Perumusan suatu model harus didasarkan pada tahapan-tahapan yang dibuat secara sistematis, sehingga melalui tahapan-tahapan tersebut akan dapat dilihat efektivitas rumusan model yang dihasilkan. Dalam pengembangan Model Pelatihan manajemen bagi pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM yang ada di Jawa Timur ini ini, perumusan model dilakukan melalui 5 tahapan : (a) memetakan (*mapping*) model pelatihan dari hasil identifikasi karakteristik responden atas 5 aspek yang digunakan, mengembangkan model pelatihan yang efektif, menguji efektivitas model pelatihan, mengevaluasi efektivitas model pelatihan.

5.3.3 Merumuskan Efektivitas Model Pelatihan

(1) Mapping Aspek Metode Pelatihan

Tabel 5.18 Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Metode Pelatihan

No	Butir Pernyataan	Kondisi Riil		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		≤40%	41-67%	69-100%

1	Sebagai pelaku UMKM, apakah saudara pernah mengikuti jenis pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan tinggi, dinas koperasi & UMKM, lembaga perbankan maupun lembaga lainnya	-	-	80%
2	Apakah pelatihan manajemen yang pernah saudara ikuti menyangkut aspek manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen keuangan dan aspek manajerial lainnya	-	-	77%
3	Apakah pelatihan manajemen diselenggarakan dengan metode klasikal di mana peserta pelatihan harus hadir ditempat yang sudah ditentukan, baik tempat dan waktunya	-	-	81%
4	Apakah pelatihan manajemen dengan metode klasikal, semua peserta wajib mengikuti materi yang disampaikan oleh instruktur secara lengkap sesuai dengan waktu dan materi yang sudah dijadwalkan	-	-	80%
5	Apakah pelatihan manajemen dengan metode klasikal ini memberi kesempatan yang cukup bagi peserta untuk berkonsultasi manajemen yang terkait dengan aktivitas usahanya	-	47%	-
6	Apakah pelatihan manajemen dengan metode klasikal ini memberi hasil yang efektif bagi pengembangan manajemen peserta (pelaku UMKM)	-	64%	-
7	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik untuk mengikuti pelatihan manajemen dengan metode pendampingan langsung di lokasi tempat usaha milik saudara	-	-	94%
8	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi materi pelatihan manajemen sesuai dengan kebutuhan dan problem bisnis saudara langsung melalui pendampingan dilapangan	-	-	96%
9	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi materi pelatihan manajemen sesuai dengan waktu luang yang saudara jadwalkan sendiri dan langsung di lokasi tanpa meninggalkan tempat usahanya	-	-	94%
10	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi materi pelatihan manajemen menurut kelompok usaha, sesuai dengan waktu serta tempat yang telah disepakati bersama	-	-	97%
11	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi kesempatan berkonsultasi sesuai dengan kebutuhan manajemen dan bisnis yang sedang saudara perlukan	-	-	97%
12	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi kesempatan berkonsultasi manajemen dan bisnis di lokasi tempat usaha sendiri sesuai dengan waktu yang disepakati bersama	-	-	96%
13	Apakah saudara sebagai pelaku UMKM tertarik jika diberi pendampingan dalam kurun waktu enam bulan kedepan, sehingga dapat mendampingi pengembangan manajemen dan bisnis saudara secara efektif	-	-	94%
14	Apakah usaha saudara akan tumbuh berkembang, jika diberi pendampingan manajemen secara berkala dan berkesinambungan oleh lembaga perguruan tinggi atau dinas koperasi & UMKM atau lembaga formal lainnya.	-	-	97%
15	Apakah metode pelatihan melalui pendampingan langsung di lokasi usaha diyakini mampu membawa perubahan manajemen yang lebih baik dan efektif untuk pengembangan bisnis saudara ke depan.	-	-	97%

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel mapping jawaban responden pada aspek metode (format) pelatihan bagi pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur di atas, mengindikasikan bahwa implementasi aspek metode (format) pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM rata-rata berada pada nilai 90.77% atau

kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang tinggi, hanya pada item pernyataan nomor 5 dan nomor 6 yang menunjukkan kondisi yang sedang. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek metode (format) pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM. Akan tetapi yang perlu mendapatkan perhatian bagi penyelenggara pelatihan (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi Dan UMKM, Lembaga/Institusi lainnya) yang memang peduli dengan eksistensi UMKM dalam aspek metode (format) pelatihan ini adalah harus mempertimbangkan adanya rekonstruksi metode pelatihan dari yang sifatnya klasikal menjadi yang sifatnya pendampingan langsung di lokasi UMKM. Metode pelatihan dengan cara pendampingan langsung di lokasi para pelaku usaha UMKM ini diharapkan akan sangat membantu pelaku UMKM untuk dapat mengaplikasikan materi pelatihan yang diberikan dalam pekerjaan ataupun kegiatan usahanya secara langsung dalam praktek di lapangan. Metode pendampingan secara langsung di lokasi usaha para pelaku UMKM ini juga akan memberi kesempatan yang cukup bagi para pelaku UMKM untuk berkonsultasi mengenai masalah-masalah manajemen terkait dengan bidang usahanya.

Setelah pelatihan berakhir, maka kegiatan pendampingan usaha harus dilanjutkan minimal dengan rentang waktu 6 bulan ke depan sebagai upaya pembinaan usaha terhadap pelaku UMKM yang telah didampingi, sehingga setelah kegiatan pendampingan ini selesai diharapkan pelaku UMKM bisa mandiri dan naik kelas, misalnya dari UMKM pemula menjadi UMKM yang mandiri, dari skala usaha Mikro naik kelas menjadi skala usaha Kecil, dari skala usaha Kecil naik kelas menjadi skala usaha Menengah.

Dalam masa pendampingan usaha selama 6 bulan, penyelenggara pelatihan (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi Dan UMKM, atau Lembaga/Institusi formal lainnya) diharapkan dapat mencarikan “bapak angkat” bagi pelaku usaha UMKM yang didampinginya. Urgensi “bapak angkat” ini sangat penting bagi keberlangsungan usaha para pelaku UMKM karena, pada dasarnya “bapak angkat” diharapkan dapat melakukan *transfer knowledge* kepada pelaku UMKM binaannya dan yang terpenting hasil produksi pelaku UMKM pada dasarnya merupakan pesanan dari perusahaan sebagai “bapak angkat” nya.

Dengan mekanisme yang demikian ini, maka upaya-upaya pemberdayaan UMKM akan bisa berjalan dan pelaku UMKM akan menjadi pelaku usaha yang mandiri.

Berdasarkan atas penjelasan diatas, maka sudah saatnya mulai dipikirkan adanya reorientasi dan pengembangan kegiatan pelatihan bagi para pelaku UMKM dari yang selama ini berfokus pada yang sifatnya klasikal menjadi yang sifatnya pendampingan secara langsung di lokasi usaha.

(2) Mapping Aspek Tempat/Lokasi Pelatihan

Tabel 5.19 Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Tempat Pelatihan

No	Butir Pernyataan	Kondisi Riil		
		Rendah ≤40%	Sedang 41-67%	Tinggi 69-100%
1	Apakah saudara pernah mengikuti pelatihan manajemen yang lokasinya berada satu tempat dengan penyelenggara pelatihan (langsung di perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM atau lembaga formal lainnya)	-	-	83%
2	Apakah pelatihan manajemen yang di selenggarakan di tempat perguruan tinggi/dinas koperasi & UMKM/lembaga formal lainnya, dirasakan lebih efektif hasilnya untuk pengembangan manajemen UMKM	-	60%	-
3	Apakah lokasi pelatihan manajemen yang di selenggarakan oleh perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM serta lembaga formal lainnya, tidak akan mengganggu aktivitas bisnis saudara	-	66%	-
4	Apakah pelatihan manajemen akan lebih berhasil, jika lokasi pelatihannya diselenggarakan diluar kantor Dinas koperasi & UMKM/perguruan tinggi/ lembaga lainnya (hotel atau tempat lainnya)	-	-	71%
5	Apakah saudara merasa lebih cocok jika pelatihan manajemen dapat di lakukan langsung di tempat bisnis saudara, sehingga tidak meninggalkan aktivitas usahanya	-	-	83%
6	Apakah pendampingan manajemen langsung di lokasi usaha UMKM dirasa lebih cocok dan efektif hasilnya dibanding dilakukan di tempat lain	-	-	87%
7	Apakah pelaku UMKM merasa lebih berkembang, jika memiliki kelompok usaha yang diberi pelatihan manajemen langsung di lokasi usahanya	-	-	90%
8	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan di lokasi UMKM akan membuka ruang konsultasi bisnis yang lebih terbuka dan selaras dengan kondisi manajemen masing masing pelaku UMKM	-	-	90%
9	Apakah tempat pelatihan manajemen, mempunyai pengaruh pada tingkat efektivitas hasil pelatihan dan pengembangan bisnis bagi pelaku UMKM	-	-	94%

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel mapping jawaban responden pada aspek tempat/lokasi pelatihan bagi pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur di atas, mengindikasikan bahwa implementasi aspek tempat/lokasi pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM rata-rata berada pada nilai 85.43% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang tinggi, hanya pada item pernyataan nomor 2 dan nomor 3 yang menunjukkan kondisi yang sedang. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek tempat/lokasi pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM. Akan tetapi yang perlu mendapatkan perhatian bagi penyelenggara pelatihan (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi Dan UMKM, Lembaga/Institusi lainnya) yang memang peduli dengan eksistensi UMKM ini adalah adanya relokasi tempat/lokasi penyelenggaraan

pelatihan. Hal ini mengindasikan bahwa para pelaku usaha UMKM menghendaki tempat/lokasi pelatihan manajemen yang mereka ikuti diharapkan dapat dilakukan di tempat/lokasi usaha para pelaku usaha atau sentra-sentra UMKM yang ada secara langsung, sehingga kegiatan pelatihan yang diikutinya tidak akan mengganggu aktivitas bisnis atau usaha mereka sehari-hari. Dengan cara ini, maka kegiatan pelatihan manajemen yang diselenggarakan akan lebih efektif dan efisien bagi para pelaku UMKM, karena sembari mereka mengikuti kegiatan pelatihan, aktivitas bisnis atau usaha yang mereka lakukan masih bisa berjalan dan dikontrol dengan mudah. Mengacu pada orientasi aspek metode (format) pelatihan diatas, maka penetapan pada masalah tempat/lokasi pelatihan ini akan bisa berjalan seiring dengan aspek tempat/lokasi pelatihan, sehingga hal ini akan berdampak pada metode pendampingan secara langsung di lokasi usaha para bagi pelaku UMKM dalam penyelenggaraan pelatihan manajemen.

Berdasarkan atas penjelasan diatas, maka sudah saatnya para penyelenggara pelatihan yang berkaitan dengan usaha UMKM mendisain ulang terhadap tempat/lokasi pelatihan. Tempat/lokasi pelatihan yang dimaksud adalah pada lokasi usaha para pelaku UMKM atau sentra-sentra UMKM yang ada. Selain pada lokasi usaha atau sentra-sentra UMKM, tempat/lokasi pelatihan bisa menggunakan Balai Latihan Kerja (BLK) yang dimiliki oleh Dinas Tenaga Kerja yang ada pada masing-masing kota/kabupaten. Dengan cara ini, maka kolaborasi antar Dinas maupun Institusi dan Lembaga formal yang lainnya yang berkepentingan dalam penyelenggaraan pelatihan manajemen bagi pelaku usaha UMKM akan terjalin dan bisa berjalan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh masing-masing penyelenggara pelatihan. Kolaborasi dengan Dinas Tenaga Kerja dengan memanfaatkan Balai Latihan Kerja (BLK) yang mereka miliki sangat besar manfaatnya, karena pada beberapa BLK yang ada di pemerintah kota/kabupaten telah memiliki peralatan sebagai sarana pelatihan yang cukup baik dan canggih yang tentunya bisa dimanfaatkan oleh para pelaku usaha UMKM , sehingga akan dapat meningkatkan kompetensi, skill, dan kemampuan mereka dalam menjalankan kegiatan usaha.

(3) Mapping Aspek Penyelenggara Pelatihan

Tabel 5.20 Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Penyelenggara Pelatihan

No	Butir Pernyataan	Kondisi Riil		
		Rendah ≤40%	Sedang 41-67%	Tinggi 69-100%
1	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi dirasa memberi manfaat yang lebih baik untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM pada saat sekarang dan masa yang akan datang	-	-	87%
2	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM dirasa memberikan manfaat yang lebih baik	-	-	84%

	untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM pada saat sekarang dan masa yang akan datang			
3	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh institusi lainnya dirasa memberi manfaat yang lebih baik untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM pada saat sekarang dan masa yang akan datang	-	-	81%
4	Apakah pelatihan manajemen menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika pelatihan diselenggarakan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM dan lembaga lainnya	-	-	90%
5	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif	-	-	84%
6	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif	-	-	83%
7	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh lembaga lainnya mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif	-	-	80%
8	Apakah pelatihan manajemen mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif, jika pelatihan diselenggarakan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM dan lembaga lainnya	-	-	96%
9	Apakah sinkronisasi penyelenggaraan pelatihan manajemen membutuhkan sinergi dari pihak <i>stakeholder</i> (akademisi, birokrasi & pelaku bisnis), agar dapat memberi manfaat yang optimal bagi pengembangan manajemen dan bisnis UMKM	-	-	93%

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel mapping jawaban responden pada aspek penyelenggara pelatihan bagi pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur di atas, mengindikasikan bahwa implementasi aspek penyelenggara pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM rata-rata berada pada nilai 86.44% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang tinggi. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek penyelenggara pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM.

Pada aspek penyelenggara pelatihan bagi pelaku usaha UMKM yang ada di sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten Jawa Timur ini yang perlu mendapatkan perhatian dan menjadi pertimbangan sebagai upaya perbaikan di bidang pelatihan manajemen bagi para pelaku UMKM adalah adanya pelatihan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM dan lembaga lainnya sebagai penyelenggara. Dengan adanya kolaborasi ini diharapkan akan dapat membawa kemaslahatan dan manfaat yang optimal bagi pengembangan manajemen dan bisnis bagi para pelaku usaha UMKM, karena masing-masing institusi maupun lembaga-lembaga formal yang memiliki kompetensi di bidang pelatihan manajemen tentunya

mempunyai program dan orientasi kegiatan yang berbeda-beda dalam materi yang akan disampaikan dalam pelatihan. Melalui kolaborasi dan sinergi antara Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi Dan UMKM serta Dinas – Dinas Terkait lainnya maupun Institusi dan lembaga-lembaga formal yang ada, maka program serta materi pelatihan bisa dikemas menjadi satu program yang bermanfaat bagi para pelaku usaha UMKM. Hal ini untuk menghindari pandangan yang selama ini beredar bahwa masing-masing institusi dan lembaga-lembaga formal yang menyelenggarakan pelatihan hanya mementingkan dan lebih memprioritaskan pada program lembaganya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM baik saat sekarang maupun masa mendatang.

Berdasarkan atas penjelasan diatas, maka sudah saatnya para penyelenggara pelatihan yang berkaitan dengan usaha UMKM melakukan kolaborasi dan sinergi untuk mendisain program pelatihan di bidang pengembangan manajemen UMKM, sehingga para pelaku usa UMKM akan mendapatkan manfaat dari pelatihan secara lengkap dan utuh karena materi pelatihan yang akan disampaikan sudah menyangkut secara lengkap dari berbagai masalah-masalah yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha UMKM dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dengan adanya kolaborasi dan sinergi antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam penyelenggaraan pelatihan bagi UMKM ini, maka masalah-masalah dalam pemasaran dan promosi produk, pengembangan produk, perizinan, higienitas, sertifikasi produk, limbah akan bisa diatasi oleh penyelenggara pelatihan, karena penyelenggara pelatihan terdiri dari unsur-unsur yang memiliki kompetensi di bidangnya masing. Hal penting lainnya yang perlu dipertimbangkan adalah bahwa dalam penyelenggaraan pelatihan manajemen bagi UMKM juga bisa melibatkan dan menggandeng kelompok-kelompok usaha yang sudah berhasil atau asosiasi-asosiasi yang telah ada karena mereka itulah sebenarnya tempat atau wadah bagi para pelaku usaha UMKM dalam menjalankan kegiatan usahanya.

(4) Mapping Aspek Materi Pelatihan

Tabel 5.21 Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Materi Pelatihan

No	Butir Pernyataan	Kondisi Riil		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		≤40%	41-67%	69-100%
1	Apakah pelatihan manajemen yang pernah saudara ikuti menyangkut aspek materi manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen keuangan dan aspek manajerial	-	-	81%
2	Apakah pelatihan manajemen yang pernah saudara ikuti hanya menyangkut aspek manajerial yang bersifat teoritis saja tanpa melihat aspek aplikasinya langsung di lapangan	33%	-	-
3	Apakah materi manajemen yang saudara peroleh selama mengikuti pelatihan dapat langsung diaplikasikan di tempat usaha saudara tanpa menemui hambatan yang berarti dalam implementasinya	-	57%	-

4	Jika saudara menemui hambatan dalam implementasi materi pelatihan ke bisnis saudara, apakah saudara masih memiliki akses untuk berkonsultasi lebih lanjut dengan nara sumber yang memberi pelatihan	-	63%	-
5	Apakah saudara menganggap bahwa materi pelatihan yang di dapat selama pelatihan akan lebih efektif implementasinya, jika disertai dengan program pendampingan materi pelatihan dalam kurun waktu tertentu	-	-	93%
6	Apakah program pendampingan yang dilakukan pasca pelatihan, memberi kemudahan didalam mengimplementasikan materi pelatihan yang sesuai dengan kondisi bisnis riil yang ada di lapangan	-	-	93%
7	Apakah waktu pendampingan lapangan selama satu semester, merupakan waktu yang cukup untuk bisa memahami materi pelatihan dengan tahapan implementasi yang riil di lapangan (sesuai bisnis pelaku UMKM)	-	-	79%
8	Apakah seluruh aspek manajemen (pemasaran/keuangan/operasional dan SDM) materinya membutuhkan program pendampingan lapangan sehingga memberi tingkat pemahaman yang lebih komprehensif	-	-	93%
9	Apakah saudara masih memerlukan materi pelatihan manajemen lainnya seperti pemanfaatan aplikasi IT, aplikasi bisnis berbasis online dan jenis pelatihan lainnya yang saudara harapkan mampu mendukung kelancaran bisnis selama ini	-	-	96%

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel mapping jawaban responden pada aspek materi pelatihan bagi pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur di atas, mengindikasikan bahwa implementasi aspek materi pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM rata-rata berada pada nilai 89.17% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang tinggi. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek materi pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM. Hanya saja yang perlu mendapatkan perhatian bagi penyelenggara pelatihan dalam memberikan pelatihan manajemen bagi pelaku usaha UMKM ini adalah berkaitan dengan sifat materi dan manfaat materi yang diberikan, seperti yang tercermin pada item pernyataan nomor 2 menunjukkan dalam implementasinya di lapangan kondisi riilnya sangat rendah menurut persepsi pelaku usaha UMKM sebagai peserta pelatihan, dan item pernyataan nomor 3 dan nomor 4 kondisi riil yang ada di lapangan implementasinya menunjukkan kondisi yang sedang.

Berkaitan dengan persepsi jawaban responden yang menunjukkan kondisi riil yang rendah pada aspek materi pelatihan khususnya pada isi (*content*) materi yang sifatnya terlalu teoritis selama ini, maka dalam penyajian materi pelatihan harus dilakukan reorientasi dan rekonstruksi atas isi (*content*) materi pelatihan, yakni dari yang sifatnya terlalu teoritis menjadi yang sifat materinya mengarah ke praktek dunia kerja secara langsung di lapangan. Komposisi penyajian isi (*content*) materi pelatihan bisa diberikan 30% teori dan 70% praktek langsung di lapangan, sehingga manakala peserta pelatihan selesai mengikuti kegiatan pelatihan, maka isi

(*content*) materi yang didapat selama pelatihan bisa langsung diimplementasikan oleh para pelaku usaha masing-masing dalam bidang usahanya sehingga akan membawa manfaat yang nyata bagi perkembangan bisnis atau usaha pelaku UMKM. Dengan cara demikian, maka manakala pelaku usaha UMKM selesai mengikuti pelatihan tidak akan banyak menemui hambatan dalam implementasi isi (*content*) materi pelatihan untuk diterapkan dalam bidang usaha senyatanya sehari-hari.

Selain isi (*content*) materi pelatihan, maka berkaitan dengan pemberian materi pelatihan kepada pelaku usaha UMKM, pemateri atau nara sumber dalam pelatihan harus juga mempertimbangkan pemberian kesempatan baik waktu dan akses untuk berkonsultasi lebih lanjut dengan nara sumber yang memberi pelatihan manakala pelaku usaha UMKM sebagai peserta pelatihan menemui hambatan dalam implementasinya di lapangan. Hal ini dapat dilakukan dalam kegiatan pendampingan usaha bagi pelaku usaha UMKM setelah mengikuti pelatihan, karena pendampingan usaha ini merupakan esensi yang sangat penting dalam setiap penyelenggaraan kegiatan pelatihan. Walaupun pelaku usaha UMKM telah mengikuti pelatihan, namun dinamika lingkungan bisnis terus berubah sehingga diperlukan kemampuan untuk beradaptasi bagi setiap pelaku usaha UMKM atas perubahan lingkungan bisnis yang secara terus-menerus berubah secara dinamis, untuk itu kegiatan pendampingan usaha sangat diperlukan.

Materi pelatihan yang diberikan selain berkaitan dengan bidang manajemen dan manajerial yang lain, juga perlu diberikan pelatihan berupa penggunaan IT seperti pemanfaatan aplikasi IT, aplikasi bisnis berbasis online dan jenis pelatihan lainnya yang diharapkan mampu mendukung kelancaran bisnis pelaku usaha UMKM. Hal ini perlu dilakukan seiring dengan perkembangan era IT dan digital dalam pemasaran produk.

Berdasarkan atas penjelasan diatas, maka yang perlu mendapatkan perhatian dan menjadi pertimbangan utama dalam aspek materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan manajemen dan bisnis bagi pelaku usaha UMKM adalah berkaitan dengan masalah isi (*content*) materi pelatihannya. Reorientasi dan rekonstruksi terhadap isi (*content*) materi pelatihan ini perlu dilakukan sehingga pelaku usaha UMKM sebagai peserta pelatihan akan dengan mudah memahami dan mengimplementasikan dalam praktek di lapangan. Isi (*content*) materi pelatihan yang sifatnya terlalu teoritis sebaiknya dihindari dan hendaknya diarahkan pada yang sifatnya aplikatif dan langsung bisa diaplikasikan dalam dunia bisnis senyatanya bagi pelaku usaha UMKM. Dan setelah diberikan materi pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM harus ditindaklanjuti kegiatan pendampingan usaha dengan alokasi waktu yang cukup untuk

memastikan bahwa materi pelatihan yang diterima benar-benar bisa dan mudah diimplementasikan di lapangan bagi pelaku usaha UMKM.

(5) Mapping Aspek Peserta Pelatihan

Tabel 5.22 Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Peserta Pelatihan

No	Butir Pernyataan	Kondisi Riil		
		Rendah ≤40%	Sedang 41-67%	Tinggi 69-100%
1	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari satu kelompok usaha yang sama, agar materinya lebih fokus sesuai dengan kondisi riil bisnis UMKM	-	-	97%
2	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari berbagai kelompok usaha yang berbeda, agar dapat saling belajar pengalaman manajemen dari bisnis yang berbeda	24%	-	-
3	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari perwakilan satu kelompok usaha yang sama, agar pesertanya dapat menularkan materi hasil pelatihan pada anggota lainnya	-	-	83%
4	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari perwakilan kelompok usaha yang berbeda, sehingga penyebaran materi pelatihan pada anggota menjadi lebih luas	24%	-	-
5	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya, jika para pesertanya diusulkan atas inisiatif dari kelompok usaha masyarakat yang berasal dari satu wilayah tertentu (sentra UMKM)	-	-	90%
6	Apakah peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya, jika para pesertanya ditentukan langsung oleh penyelenggara, tanpa memperhatikan usulan yang datang dari kelompok masyarakat dari satu wilayah tertentu (sentra UMKM)	17%	-	-
7	Apakah peserta pelatihan manajemen, sebaiknya dibatasi pengikutnya, agar pemahaman materi pelatihan menjadi lebih efektif dengan kisaran peserta tidak lebih dari 50 peserta	-	-	89%
8	Setiap aspek manajemen yang berbeda, apakah pesertanya ditentukan dengan jumlah yang berbeda, karena setiap aspek manajemen memiliki tingkat pemahaman dan kesulitan yang berbeda beda	-	-	93%
9	Apakah pelatihan manajemen mampu mengembangkan pemahaman dan keterampilan bisnis, jika para pesertanya diprioritaskan pada pelaku bisnis UMKM yang sudah beraktivitas diatas lima tahun	34%	-	-
10	Apakah pelatihan manajemen berjalan lebih efektif dan tepat sasaran, jika pesertanya dikelompokkan/dibedakan berdasarkan pengalaman bisnis yang dimilikinya (misalnya pengalaman bisnis, frekuensi ikut pelatihan dll)	-	-	84%

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel mapping jawaban responden pada aspek peserta pelatihan bagi pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur di atas, mengindikasikan bahwa implementasi aspek peserta pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM rata-rata berada pada nilai 89.33% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang tinggi. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek peserta pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM.

Sedangkan persepsi jawaban responden atas item pernyataan nomor 2, nomor 4, nomor 6 dan nomor 9 yang mengindikasikan pada kondisi riil di lapangan rendah dengan nilai < 40%, dan hal ini perlu menjadi pertimbangan dalam setiap penyelenggaraan kegiatan dan program pelatihan.

Pada persepsi jawaban responden atas item pernyataan nomor 2 dan nomor 4, menunjukkan skor kondisi riil sebesar 24%. Ini berarti bahwa dalam penyelenggaraan pelatihan bagi pelaku usaha UMKM, pesertanya harus dikelompokkan pada bidang usaha yang sama serta berdasarkan pengalaman bisnis yang dimilikinya (misalnya pengalaman bisnis, frekuensi ikut pelatihan dll). Hal ini dilakukan agar para pelaku usaha UMKM bisa lebih fokus dalam memahami materi pelatihan yang diberikan serta bisa saling tukar pendapat dan berdiskusi dengan sesama pelaku usaha yang lainnya selama kegiatan pelatihan. Dengan mengelompokkan peserta pelatihan berdasarkan atas kelompok usaha yang sama ini, juga akan memberikan kemudahan bagi nara sumber dalam penyampaian materi maupun penyajian isi (*content*) materi pelatihan, maupun memahami permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM.

Pada persepsi jawaban responden atas item pernyataan nomor 6 dan nomor 9 menunjukkan skor kondisi riil masing-masing sebesar 17% dan 34%. Ini berarti bahwa dalam penyelenggaraan pelatihan bagi pelaku usaha UMKM, sebaiknya peserta pelatihan dengan memperhatikan usulan yang datang dari kelompok masyarakat, asosiasi ataupun kelompok usaha (sentra UMKM) dan bukannya langsung ditentukan oleh penyelenggara pelatihan. Efektivitas penyelenggaraan pelatihan akan sangat ditentukan oleh latar belakang peserta, jumlah peserta serta bidang usaha peserta. Dengan demikian, agar kegiatan penyelenggaraan pelatihan bisa bermanfaat bagi peserta, maka penyelenggara pelatihan sebaiknya melibatkan kelompok usaha, paguyuban, ataupun asosiasi yang memang merupakan tempat atau wadah bagi para pelaku usaha UMKM untuk masuk dan bergabung didalamnya. Hal ini didasari oleh alasan yang sangat mendasar bahwa merekalah sebenarnya yang tahu persis keadaan usaha yang dijalankan pelaku usaha UMKM, mengetahui kebutuhan pelatihan apa sebenarnya yang mereka perlukan, siapa-siapa saja (pelaku usaha UMKM) yang perlu mendapatkan pelatihan, sehingga keikutsertaan pelaku usaha UMKM dalam pelatihan datangnya dari mereka sendiri dan bukannya ditentukan oleh penyelenggara.

(6) Mapping Aspek Orientasi Pelatihan

Tabel 5.23 Mapping Jawaban Responden Atas Aspek Orientasi Pelatihan

No	Butir Pernyataan	Kondisi Riil		
		Rendah ≤40%	Sedang 41-67%	Tinggi 69-100%

1	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi lebih memprioritaskan pada program lembaganya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM baik saat sekarang maupun masa mendatang	-	66%	-
2	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM lebih memprioritaskan program institusinya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, baik saat sekarang maupun masa mendatang	-	-	73%
3	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh kalangan bisnis lebih memprioritaskan program lembaganya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, baik saat sekarang maupun masa mendatang	-	63%	-
4	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	-	-	93%
5	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	-	-	94%
6	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh kalangan bisnis akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	-	-	97%
7	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen untuk mensinergikan program lembaga dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	-	-	97%
8	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh dinas koperasi & UMKM akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen untuk mensinergikan program lembaga dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	-	-	96%
9	Apakah pelatihan manajemen yang diselenggarakan oleh kalangan bisnis akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, jika tujuan pelatihan manajemen untuk mensinergikan program lembaga dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	-	-	90%

Sumber : Jawaban Kuesioner, data diolah peneliti

Berdasarkan tabel mapping jawaban responden pada aspek orientasi pelatihan bagi pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur di atas, mengindikasikan bahwa implementasi aspek peserta pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM yang berlokasi di sentra UMKM rata-rata berada pada nilai 91.43% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang sangat tinggi. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek orientasi pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di

sentra UMKM. Sedangkan persepsi jawaban responden atas item pernyataan nomor 1, dan nomor 3 mengindikasikan pada kondisi riil di lapangan yang sedang dengan nilai < 67%.

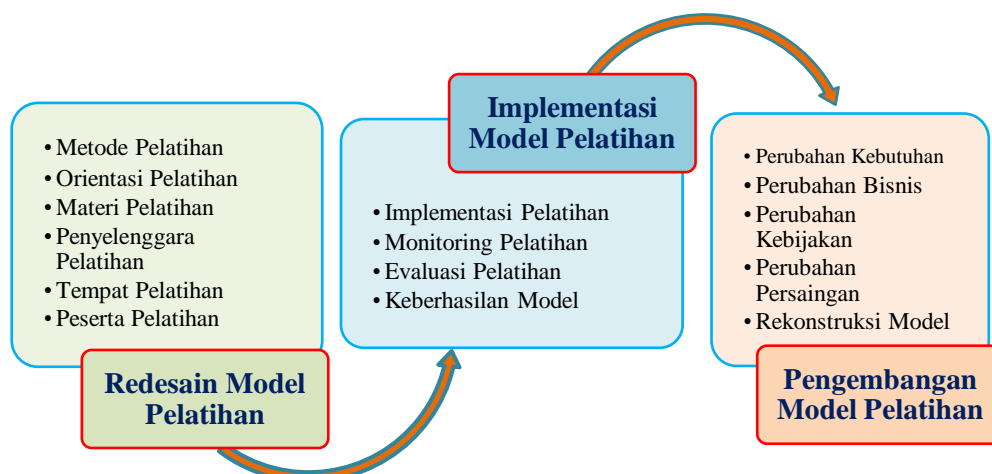
Keadaan ini seharusnya menjadi pertimbangan bagi penyelenggara pelatihan, bahwa dalam penyelenggaraan setiap kegiatan program pelatihan yang diselenggarakan baik oleh Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi Dan UMKM, maupun kalangan bisnis yang lain tidak terlalu condong memprioritaskan pada program lembaganya daripada pemahaman yang lebih mendasar pada kepentingan pengembangan manajemen dan bisnis UMKM baik saat sekarang maupun masa mendatang.

Hal ini berarti bahwa manakala Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi Dan UMKM, maupun kalangan bisnis yang lain menyelenggarakan kegiatan program pelatihan bagi pelaku usaha UMKM, hendaknya selalu didasarkan pada kemanfaatan pelatihan yang bisa diperoleh oleh pelaku usaha UMKM bagi pengembangan manajemen dan bisnis UMKM baik saat sekarang maupun masa mendatang.

Berdasarkan mapping kelima aspek yang digunakan dalam penyusunan model pelatihan manajemen yang efektif bagi pelaku usaha yang ada pada sentra UMKM diatas, maka dapatlah disusun konsep model pelatihan manajemen yang efektif dalam pengelolaan dan pemberdayaan UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojolerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun) sebagaimana dibawah ini.

5.3.4 Konsep Model Pelatihan Yang Efektif

Mengacu pada hasil mapping pelatihan manajemen bagi pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur, maka dapat dirumuskan konsep model pelatihan manajemen yang tepat dan efektif bagi pelaku usaha UMKM yang terdiri dari : aspek manajemen pelatihan, aspek pendampingan dan pembinaan usaha, aspek pemberdayaan UMKM, peran dan keterlibatan stakeholder dalam pelatihan seperti nampak pada ilustrasi gambar 5.19 sebagaimana dibawah ini.



Sumber : Tim peneliti

Gambar 5.19 Konsep Model Pelatihan Manajemen Yang Efektif

Berdasarkan gambar 5.19 diatas, maka dapatlah diuraikan bahwa konsep Model Pelatihan Manajemen yang efektif bagi pelaku usaha UMKM yang ada pada lokasi sentra UMKM di Jawa Timur terdiri dari :

(1) Redesain Model Pelatihan

Pada tahapan Redesain Model Pelatihan perlu dilakukan usaha-usaha untuk mendisain ulang terhadap :

1. Aspek Metode Pelatihan yang antara lain meliputi : metode pelatihan dilakukan secara langsung di lokasi usaha UMKM, dilakukan pendampingan materi secara langsung pada saat pelatihan, disediakan waktu yang cukup bagi pelaku usaha untuk berkonsultasi sesuai dengan kebutuhan pada saat pendampingan.
2. Aspek Orientasi Pelatihan yang antara lain meliputi : program pelatihan selaras dengan kebutuhan pelaku UMKM, materi pelatihan untuk pengembangan tata kelola dan bisnis, diperlukan sinergi program pelatihan antar institusi (dinas/birokrasi, PT, kalangan bisnis, asosiasi/kelompok usaha yang ada).
3. Aspek Materi pelatihan yang antara lain meliputi : memberikan materi pelatihan langsung dengan pendampingan usaha, alokasi waktu lamanya pendampingan minimal 6 bulan, perlunya diberikan juga tambahan materi pelatihan pada saat pendampingan yang berkaitan dengan penggunaan *Information Technology* (IT) dan *business online* dalam kegiatan usaha.
4. Aspek Penyelenggara Pelatihan yang antara lain meliputi : penyelenggara pelatihan lebih baik melakukan kolaborasi antar institusi dalam kegiatan pelatihan, penyelenggara pelatihan harus menyediakan dan membuka ruang dan waktu konsultasi yang cukup bagi pelaku UMKM, penyelenggara pelatihan hendaknya melakukan sinkronisasi materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM, penyelenggara pelatihan harus mempertimbangkan kompetensi nara sumber/instruktur yang akan memberikan pelatihan.
5. Aspek Tempat/Lokasi Pelatihan yang antara lain meliputi : tempat pelatihan diusahakan bisa diselenggarakan pada sentra-sentra UMKM/kelompok UMKM yang ada, tempat dilakukan pelatihan langsung berada pada lokasi usaha pelaku UMKM,

pada saat dilakukan pelatihan diusahakan bisa membuka dan menyediakan ruang konsultasi dan klinik bisnis/manajemen secara langsung dengan alokasi waktu yang memadai di lokasi pelatihan.

6. Aspek Peserta Pelatihan yang antara lain meliputi : peserta pelatihan diusahakan berasal dari suatu kelompok usaha atau sentra UMKM tertentu, peserta pelatihan bisa juga berasal dari perwakilan kelompok usaha/sentra UMKM tertentu, peserta pelatihan diusahakan berasal dari dan atau atas usulan sendiri dari kelompok usaha dari wilayah yang sama, jumlah peserta pelatihan harus dibatasi (maksimal 50 orang) agar kegiatan pelatihan bisa berjalan efektif, peserta pelatihan dikelompokkan berdasarkan atas kebutuhan pelatihan/pengalaman peserta.

(2) Implementasi Model Dan Monev Pelatihan

Pada tahapan Implementasi Model dan Monev Pelatihan perlu dilakukan usaha-usaha untuk :

1. Implementasi pelatihan yang antara lain meliputi : identifikasi pelatihan sesuai dengan kebutuhan (memberikan materi pelatihan langsung dengan pendampingan usaha, alokasi waktu lamanya pendampingan minimal 6 bulan, perlunya diberikan juga tambahan materi pelatihan pada saat pendampingan yang berkaitan dengan penggunaan *Information Technology* (IT) dan *business online* dalam kegiatan usaha), implementasi pelatihan sesuai dengan kebutuhan.
2. Monitoring pelatihan yang antara lain meliputi : monitoring hasil redesain pelatihan sesuai dengan kondisi riil, monitoring hasil implementasi pelatihan di lapangan/tempat pelatihan, monitoring kinerja hasil (yang dapat dicapai).
3. Evaluasi pelatihan yang antara lain meliputi : evaluasi hasil redesain pelatihan dengan kondisi riil, evaluasi hasil implementasi pelatihan di lapangan/tempat pelatihan, evaluasi kinerja hasil pelatihan (yang dapat dicapai).
4. Keberhasilan model yang antara lain meliputi : manfaat model pelatihan dengan kebutuhan pelaku usaha UMKM, umpan balik (*feedback*) dari peserta pelatihan tentang (saran dan masukan, keluhan maupun rasa kepuasan) terhadap pelatihan yang telah diikuti, serta permintaan tentang kebutuhan pelatihan di waktu mendatang (dengan materi yang berbeda).

(3) Pengembangan Model Pelatihan

Pada Pengembangan Model Pelatihan perlu dipertimbangkan adanya :

1. Perubahan kebutuhan yang antara lain meliputi : permintaan atas materi pelatihan yang baru, permintaan atas kualitas materi dalam pelatihan.
2. Perubahan bisnis yang antara lain meliputi : adanya perkembangan bisnis pada umumnya yang terkait dengan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha, adanya perubahan pada jenis usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha, serta hal-hal yang mempengaruhi daya saing usaha bagi pelaku usaha.
3. Perubahan kebijakan yang antara lain meliputi : adanya kebijakan baru dan atau perubahan kebijakan pemerintah yang terkait dengan sektor usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM, adanya perubahan permintaan (kebutuhan, selera) konsumen atas produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha UMKM.
4. Perubahan persaingan yang antara lain meliputi : adanya perubahan pelaku usaha di pasar yang sama (perilaku pengusaha) yang sangat mempengaruhi kegiatan usaha bagi pelaku usaha UMKM, adanya perubahan pada pola atau model dalam menjalankan kegiatan usaha bagi pelaku usaha UMKM (khususnya pada penggunaan IT) yang berkembang sekarang ini, adanya perubahan pada kebutuhan dan permintaan (*needs and wants*) serta selera dari konsumen terhadap variasi produk maupun pola bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha UMKM.
5. Rekonstruksi Model yang antara lain meliputi : adanya perubahan atas sumberdaya pemilik/pelaku usaha UMKM (usaha telah berkembang), adanya perubahan pada orientasi bisnis (ingin menjadi bisnis modern) yang selama ini dijalankan oleh pelaku usaha UMKM, adanya perubahan pada selera pasar (keinginan untuk pindah bisnis), serta adanya keinginan untuk berubah dan berkembang (pindah dari zona yang sekarang ini digeluti) ke zona lain yang dianggap akan menjadikan pelaku usaha UMKM lebih baik.

5.3.5 Pengujian Efektivitas Model

Rumusan model seperti yang telah diuraikan di atas masih hanya sekedar konsep, sehingga dengan demikian masih perlu dilakukan pengujian kelayakan model dengan penyebaran kuesioner dengan tujuan untuk melihat persepsi dari para pelaku usaha UMKM yang berada pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur tentang model pelatihan manajemen yang diharapkan akan dapat menjadikan pelaku usaha UMKM bisa diberdayakan secara mandiri dan pada akhirnya pelaku usaha UMKM dapat naik kelas dari pelaku usaha pemula menjadi binaan, dan dari binaan menjadi pelaku usaha mikro yang

mandiri dan seterusnya sehingga menjadi pelaku usaha menengah yang benar-benar mandiri secara ekonomi.

Dalam tahap pengujian efektivitas model ini, penulis akan melakukan rekonstruksi atas kuesioner yang ada sebelumnya dengan fokus pada keenam (6) aspek yang ada, yakni : aspek metode (format) pelatihan, aspek tempat/lokasi pelatihan, aspek penyelenggara pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek peserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan. Rekonstruksi ini dilakukan dengan cara melakukan reduksi atas beberapa pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner sebelumnya yang dilihat dari perspektif keenam aspek diatas. Disain kuesioner atas pelatihan dan pengembangan manajemen akan memberikan nilai atas persepsi responden pada aspek metode (format) pelatihan, aspek tempat/lokasi pelatihan, aspek penyelenggara pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek peserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan. Dimana pilihan distribusi jawaban responden dengan menggunakan skala Likert dengan alternatif pilihan jawaban mulai dari skala 1 sampai skala 5. Skala 1 menunjukkan jawaban sangat tidak setuju (STS), skala 2 menunjukkan jawaban tidak setuju (TS), skala 3 menunjukkan jawaban cukup setuju (CS), skala 4 menunjukkan jawaban setuju (S), dan skala 5 menunjukkan jawaban sangat setuju (SS).

Adapun tujuan daripada rekonstruksi kuesioner ini adalah untuk melihat dan mengungkap penilaian persepsi dari para pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur terkait dengan rumusan model pelatihan dan pengembangan manajemen secara obyektif berdasarkan bukti empiris di lapangan agar dapatnya model dimaksud dapat diimplementasikan di masa - masa mendatang, sehingga pelaku usaha pada sentra-sentra UMKM dapat diberdayakan secara mandiri dalam bidang ekonomi dan kegiatan usaha yang dikelolanya.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner di lapangan, diperoleh gambaran riil mengenai fenomena yang ada mengenai jawaban responden atas persepsi para pelaku usaha UMKM yang berada pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur seperti nampak pada ilustrasi tabel 5.24 berikut ini.

Tabel 5.24 Persepsi Responden Atas Model Pelatihan Yang Efektif

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden					Nilai (%)
		1	2	3	4	5	
1	Sebagai pelaku UMKM, setujukah saudara untuk mengikuti pelatihan manajemen dengan metode pendampingan langsung di lokasi tempat usaha milik saudara	-	-	5	12	33	91.2
2	Sebagai pelaku UMKM, setujukah saudara apabila diberi materi pelatihan manajemen sesuai dengan waktu luang yang saudara jadwalkan sendiri dan langsung di lokasi tanpa meninggalkan tempat	-	-	-	18	32	92.8

	usahanya						
3	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara apabila diberi kesempatan berkonsultasi manajemen dan bisnis di lokasi tempat usaha sendiri sesuai dengan waktu yang disepakati bersama	-	-	4	16	30	90.4
4	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara jika pelatihan manajemen dapat di lakukan langsung di tempat bisnis saudara, sehingga tidak meninggalkan aktivitas usahanya	-	-	-	15	35	94.0
5	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara jika pendampingan manajemen langsung di lokasi usaha UMKM dirasa lebih cocok serta efektif dan efisien hasilnya dibanding dilakukan di tempat lain	-	-	2	13	35	93.2
6	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara apabila pelaku UMKM merasa lebih berkembang, jika memiliki kelompok usaha yang diberi pelatihan manajemen langsung di lokasi usahanya	-	-	-	4	46	98.4
7	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara apabila pelatihan manajemen yang diselenggarakan di lokasi UMKM akan membuka ruang konsultasi bisnis yang lebih terbuka dan selaras dengan kondisi manajemen masing masing pelaku UMKM	-	-	-	5	45	98.0
8	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara apabila pelatihan manajemen akan memberikan manfaat bagi pelaku usaha tanpa melihat siapa sebagai penyelenggara pelatihannya	-	-	8	22	20	84.8
9	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara apabila pelatihan manajemen akan memberikan manfaat bagi pelaku usaha jika dilakukan sinergi diantara para penyelenggara pelatihan yang akan dilakukan	-	-	6	17	27	88.4
10	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara apabila pelatihan manajemen mampu membuka ruang konsultasi untuk pengembangan manajemen dan bisnis UMKM menjadi lebih baik dan efektif, jika pelatihan diselenggarakan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, dinas koperasi & UMKM dan lembaga lainnya	-	-	5	14	31	90.4
11	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara bahwa sinkronisasi penyelenggaraan pelatihan manajemen membutuhkan sinergi dari pihak <i>stakeholder</i> (akademisi, birokrasi & pelaku bisnis), agar dapat memberi manfaat yang optimal bagi pengembangan manajemen dan bisnis UMKM	-	-	4	12	34	92.0
12	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara apabila materi pelatihan yang di dapat selama pelatihan akan lebih efektif implementasinya, jika disertai dengan program pendampingan materi pelatihan dalam kurun waktu tertentu	-	-	-	11	39	95.6
13	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara apabila bahwa program pendampingan yang dilakukan pasca pelatihan, memberi kemudahan didalam mengimplementasikan materi pelatihan yang sesuai dengan kondisi bisnis riil yang ada di lapangan	-	-	2	19	29	90.8
14	Sebagai pelaku UMKM, setujuakah saudara apabila waktu pendampingan lapangan selama satu semester (6 bulan), merupakan waktu yang cukup untuk bisa memahami materi pelatihan dengan tahapan implementasi yang riil di lapangan (sesuai bisnis pelaku UMKM)	-	-	7	10	33	90.4

15	Sebagai pelaku UMKM, setujukah saudara jika saudara masih memerlukan materi pelatihan manajemen lainnya seperti pemanfaatan aplikasi IT, aplikasi bisnis berbasis online dan jenis pelatihan lainnya yang saudara harapkan mampu mendukung kelancaran bisnis selama ini	-	-	-	16	34	93.6
16	Sebagai pelaku UMKM, setujukah saudara apabila peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari perwakilan kelompok usaha yang sama, agar peserta dapat menularkan materi dan hasil pelatihan ke anggota kelompoknya yang lain	-	-	8	15	27	87.6
17	Sebagai pelaku UMKM, setujukah saudara apabila peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya jika para pesertanya berasal dari satu kelompok usaha yang sama, agar materinya lebih fokus sesuai dengan kondisi riil bisnis UMKM	-	-	4	12	34	92.0
18	Sebagai pelaku UMKM, setujukah saudara apabila peserta pelatihan manajemen akan lebih efektif hasilnya, jika para pesertanya diusulkan atas inisiatif dari kelompok usaha masyarakat yang berasal dari satu wilayah tertentu (sentra UMKM) atau dari asosiasi usaha yang ada	-	-	-	19	31	92.4
19	Sebagai pelaku usaha UMKM, setujukah saudara apabila apabila peserta pelatihan manajemen, sebaiknya dibatasi pengikutnya, agar pemahaman materi pelatihan menjadi lebih efektif dengan kisaran peserta tidak lebih dari 50 peserta	-	-	4	14	32	91.2
20	Sebagai pelaku usaha UMKM, setujukah saudara apabila pelatihan manajemen berjalan lebih efektif dan tepat sasaran, jika pesertanya dikelompokkan/dibedakan berdasarkan pengalaman bisnis yang dimilikinya (misalnya pengalaman bisnis, frekuensi ikut pelatihan dll) dan bukannya diprioritaskan pada pelaku bisnis UMKM yang sudah beraktivitas diatas lima tahun	-	4	8	11	27	84.4
21	Sebagai pelaku usaha UMKM, setujukah saudara apabila program pelatihan harus selaras dengan kebutuhan pelaku UMKM	-	-	3	14	33	92.0
22	Sebagai pelaku UMKM, setujukah saudara apabila program pelatihan manajemen yang diselenggarakan harus mensinergikan dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM	-	-	4	10	36	92.8
23	Sebagai pelaku usaha UMKM, setujukah saudara apabila pelatihan manajemen yang diselenggarakan akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis pelaku UMKM	-	-	6	13	31	90.0
	Total Nilai Persepsi	-	4	80	312	754	91.58

Sumber : Hasil jawaban kuesioner, data diolah penulis

Berdasarkan tabel 5.24 di atas, dapatlah diinterpretasikan bahwa rumusan model pelatihan manajemen dalam pengembangan dan pemberdayaan pelaku usaha UMKM yang ada pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun) seperti yang diusulkan cukup layak (*feasible*) untuk diimplementasikan, dengan melihat rata-rata nilai persepsi responden sebagai pelaku usaha yang berada pada sentra-sentra UMKM yang menjadi obyek penelitian

sebesar 91.58 %. Nilai persepsi atas model pelatihan manajemen yang efektif ini kategorinya sangat tinggi, oleh karenanya program-program pelatihan manajemen dan lainnya yang berkaitan dengan aspek manajerial usaha sangat tepat dan perlu untuk diimplementasikan pada model pelatihan manajemen dalam pengembangan dan pemberdayaan pelaku UMKM untuk rangka meningkatkan kompetensi para pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan usahanya secara mandiri.

Model-model pelatihan yang sangat tepat dan diperlukan oleh para pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra UMKM di 5 kota/kabupaten Jawa Timur ini dengan mempertimbangkan pada aspek metode (format) pelatihan, tempat/lokasi pelatihan, penyelenggaraan pelatihan, materi pelatihan, peserta pelatihan, orientasi pelatihan, serta melibatkan peran serta *stakeholder* dalam rangka untuk kolaborasi dan mensinergikan kegiatan program pelatihan yang selama ini ada pada mereka, sehingga kemanfaatannya bagi pelaku UMKM akan sangat besar dalam menjalankan kegiatan bisnis atau usahanya. Perlu kita ketahui bahwa masing-masing *stakeholder* (Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi dan UMKM, serta Dinas terkait lainnya yang ada di birokrasi, kalangan bisnis, lembaga perbankan, lembaga-lembaga formal lainnya, serta kelompok-kelompok usaha dan asosiasi) mempunyai kegiatan program pelatihan yang berbeda-beda dengan orientasi yang berbeda pula, dan apabila hal ini bisa kita sinergikan bersama, maka program-program pelatihan yang ada akan menjadi semakin bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM.

Dalam redesain model pelatihan terutama difokuskan pada program pendampingan langsung di lokasi usaha pelaku UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM. Hal ini jelas terlihat dari persepsi jawaban responden pelaku usaha pada item pernyataan nomor 1 sampai dengan nomor 1 yang pada kuesioner yang menunjukkan score pada angka 90.4% - 98.4%. Hal ini menunjukkan bahwa metode pendampingan langsung di lokasi usaha pelaku UMKM pada program pelatihan manajemen sangat dikehendaki dan diperlukan bagi pelaku usaha UMKM yang berada di sentra-sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur.

Selain metode pendampingan langsung di lokasi usaha pelaku UMKM, pelaku usaha sangat memerlukan dan menghendaki adanya sinergi dan kolaborasi dari pihak-pihak yang mempunyai program pelatihan manajemen bagi pelaku UMKM. Dengan adanya sinergi dan kolaborasi diantara penyelenggara yang mempunyai program pelatihan ini, pelaku usaha UMKM akan mendapatkan manfaat yang sangat banyak, khususnya dari perspektif atau sudut pandang yang berbeda-beda dalam penanganan usaha UMKM dari masing-masing dinas/birokrasi, institusi, lembaga, kelompok usaha maupun asosiasi usaha yang selama ini juga sangat peduli dengan perkembangan usaha pelaku UMKM itu sendiri. Hal ini tercermin dari

persepsi jawaban responden yang sangat menghendaki adanya kolaborasi serta sinkronisasi penyelenggaraan pelatihan manajemen yang membutuhkan sinergi dari pihak *stakeholder* (akademisi, birokrasi & pelaku bisnis) dengan skor jawaban 92.0% atau sangat tinggi, agar dapat memberi manfaat yang optimal bagi pengembangan manajemen dan bisnis UMKM, sehingga program pelatihan yang ada dapat juga disinergikan dengan dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelaku UMKM dan pada gilirannya pelatihan manajemen yang diselenggarakan akan menjadi lebih efektif untuk pengembangan manajemen dan bisnis pelaku UMKM.

5.3.6 Evaluasi Efektivitas Model

Berdasarkan jawaban responden sebagai para pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten Jawa Timur atas kuesioner persepsi model pelatihan manajemen yang efektif di atas, kemudian dilakukan evaluasi efektivitas atas model yang ada. Evaluasi efektivitas atas model yang akan diterapkan dilakukan melalui kegiatan diskusi, wawancara dan seminar terbatas yang melibatkan tim peneliti, perwakilan dari masing-masing pelaku usaha yang ada di sentra-sentra UMKM, pihak Dinas Koperasi Dan UMKM, dan para pakar pelatihan serta pemerhati UMKM menghasilkan beberapa rekomendasi dengan beberapa perbaikan, antara lain :

- (1). Redesain pada model pelatihan manajemen dengan mempertimbangkan pada aspek metode (format) pelatihan, aspek tempat/lokasi pelatihan, aspek penyelenggara pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek peserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan.

Perlunya menciptakan dan menyelenggarakan program-program pelatihan di bidang manajerial bagi para pelaku usaha UMKM pada sentra-sentra UMKM secara kontinyu dengan tujuan untuk meningkatkan kompetensi dan *skill* para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Program-program pelatihan yang dilakukan hendaknya yang bersifat aplikatif sehingga mudah dipahami oleh para peserta pelatihan. Dalam menyelenggarakan program pelatihan bisa bekerjasama dan berkolaborasi dengan dengan instansi/dinas terkait yang memang mempunyai skim program pelatihan bagi para pelaku usaha, seperti Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan, Dinas Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja yang memiliki Balai Latihan Kerja (BLK), kalangan perguruan tinggi (PT) yang memang memiliki kompetensi dalam bidang pengetahuan, kalangan bisnis dan lembaga-lembaga formal lainnya, serta kelompok-kelompok usaha dan asosiasi yang memang merupakan wadah atau tempat bergabungnya pelaku usaha pada bidang usaha yang sama. Yang penting bagi para pelaku usaha terkait dengan program pelatihan manajerial ini adalah, bahwa mereka mendapat manfaat/maslahat dari program pelatihan

yang telah diikutinya dan hasil pelatihan dapat diterapkan dalam menjalankan kegiatan usaha mereka.

(2). Implementasi Model Pelatihan

Dalam Implementasi model pelatihan manajemen yang efektif bagi pengembangan dan pemberdayaan UMKM, perlunya dikembangkan dan diimplementasikan model pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha UMKM di lokasi berdasarkan hasil identifikasi karakteristik pelaku usaha sesuai dengan yang ada pada redesain model, sehingga redesain model yang dirumuskan akan mudah diimplementasikan. Implementasi model pelatihan yang diterapkan ini hendaknya harus juga disertai dengan kegiatan monitoring dan evaluasi untuk memastikan bahwa implementasi redesain model pelatihan benar-benar sesuai dengan kondisi riil di lokasi usaha pelaku UMKM dan kinerja hasil yang diperoleh pelaku usaha UMKM mengalami peningkatan dan perbaikan daripada sebelumnya. Kemudian untuk memastikan keberhasilan daripada implementasi redesain model pelatihan yang diterapkan bisa dilakukan dengan cara mengetahui persepsi dari para pelaku usaha UMKM dengan cara wawancara, untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) atas kegiatan program pelatihan yang telah dilakukan, meminta pendapat atau mendapatkan permintaan akan program pelatihan berikutnya di waktu-waktu mendatang. Oleh karenanya, dalam penyelenggaraan program pelatihan ini hendaknya dapat dilakukan secara kontinyu dan berkelanjutan dan tidak lagi bisa dilakukan secara parsial seperti banyak pengalaman yang kita dapatkan selama ini dalam praktek lingkungan bisnis pada umumnya.

(3). Pengembangan Model Pelatihan

Dalam pengembangan model pelatihan ini, yang perlu mendapatkan pertimbangan utama adalah perlunya melakukan monitoring terhadap kondisi-kondisi lingkungan bisnis yang sifatnya dinamis, sehingga sangat diperlukan bagi pelaku usaha UMKM untuk selalu mampu beradaptasi dengan adanya perubahan-perubahan lingkungan yang sifatnya dinamis tersebut. Perubahan-perubahan lingkungan bisnis dapat berwujud dalam berbagai macam hal, seperti misalnya : adanya perubahan kebutuhan, perubahan kondisi dan lingkungan bisnis, perubahan kebijakan yang pada umumnya berasal dari birokrasi, perubahan sifat persaingan bisnis, serta adanya perubahan dalam rekonstruksi model yang datangnya dari pelaku usaha UMKM sendiri. Yang ini semua pada hakikatnya juga memerlukan program pelatihan lanjutan bagi pelaku usaha UMKM untuk dapat selalu siap dengan melakukan adaptasi terhadap perubahan yang ada dan sedang maupun akan terjadi.

Mengacu pada rekomendasi atas hasil evaluasi efektivitas model di atas, maka pada dasarnya konsep model pelatihan manajemen yang efektif bagi pelaku usaha UMKM yang disusun ini dapat diimplementasikan, tentunya dengan melakukan beberapa perbaikan sesuai dengan kondisi riil yang ada di lapangan, baik kondisi kawasan sentra UMKM yang ada itu sendiri, kondisi perilaku dan karakteristik para pelaku usaha yang selama ini menjalankan kegiatan usahanya pada sentra UMKM, dan kemampuan kelompok-kelompok usaha maupun asosiasi pada bidang usaha tertentu yang memang sangat berkepentingan dengan perkembangan usaha yang ada pada pelaku usaha UMKM dalam menjalankan peran dan fungsinya sehingga akan sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM menjadi semakin baik usaha yang dikelolanya dari waktu ke waktu.

Konsep model pelatihan manajemen yang telah dibuat tidak banyak mengalami perbaikan dan perubahan. Perbaikan dan perubahan rumusan model, mungkin hanya berkaitan dengan masalah isi (*content*) dan materi serta cara implementasinya saja, yang selanjutnya dapat dilakukan kegiatan diskusi, wawancara dan seminar terbatas sebelum implementasi model pelatihan manajemen yang efektif ini diterapkan di lapangan. Oleh karenanya konsep rumusan model dari hasil evaluasi ini bisa segera ditindaklanjuti dengan pembuatan dokumen penyusunan model pelatihan manajemen yang efektif sebagai pedoman bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelaku usaha UMKM dalam mengelola dan menjalankan bisnis atau usahanya di masa-masa mendatang.

5.3.7 Deskripsi Model Pelatihan Manajemen Yang Efektif

Mendesripsikan model pelatihan manajemen yang efektif ini merupakan langkah terakhir yang ditempuh dalam penyusunan model pelatihan manajemen yang efektif dalam rangka pengembangan dan pemberdayaan sentra UMKM sebelum model pelatihan manajemen yang dibuat dan disusun dibakukan dalam suatu model yang siap untuk diimplementasikan. Oleh karenanya, dalam membakukan model yang nantinya akan dibuat dalam bentuk dokumen perencanaan untuk pelatihan manajemen ini, hendaknya memperhatikan dan mempertimbangkan kondisi yang ada di lapangan.

Mengacu pada hasil pengujian efektivitas model pelatihan manajemen yang efektif yang sebelumnya telah dilakukan, maka dalam mendeskripsikan dan untuk membakukan model pelatihan manajemen yang efektif ini, akan dibagi dalam 3 model, antara lain : membakukan

redesain model pelatihan manajemen yang efektif, membakukan Implementasi Model pelatihan, dan membakukan Pengembangan Model Pelatihan sesuai dengan kebutuhan pengembangan dan dan kondisi bisnis pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM dan yang pada dasarnya memiliki kesamaan dalam karakteristik dan perilakunya.

5.3.7.1 Membakukan Redesain Model Pelatihan

5.3.7.2 Membakukan Implementasi Model Pelatihan Dan Monev Pelatihan

5.3.7.3 Membakukan Pengembangan Model Pelatihan

5.4 Capaian Luaran Penelitian

Capaian Luaran Penelitian yang sudah dikerjakan sampai dengan Laporan Kemajuan penyerapan anggaran 70%, dapatlah peneliti ilustrasikan seperti nampak pada ilustrasi gambar 5.20 berikut ini.

1. Telah teridentifikasinya identitas dan karakteristik responden pelaku usaha UMKM yang berlokasi pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun).
2. Telah teridentifikasinya karakteristik responden pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun) berdasarkan pelatihan manajemen dari aspek metode (format) pelatihan, aspek tempat/lokasi pelatihan, aspek penyelenggara pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek peserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan
3. Telah dihasilkan mapping jawaban atas pernyataan dalam kuesioner atas pelatihan manajemen usaha pada responden sebagai pelaku usaha UMKM yang berada pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur berdasarkan aspek metode (format) pelatihan, aspek tempat/lokasi pelatihan, aspek penyelenggara pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek peserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan.
4. Telah dihasilkan rumusan dan konsep redesain model pelatihan manajemen yang efektif dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM pada sentra-sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur
5. Melakukan uji coba redesain model pelatihan manajemen yang efektif dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM pada sentra-sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur yang sudah dibuat dengan merekonstruksi kuesioner yang ada sebelumnya disesuaikan dengan mapping jawaban responden
6. Membakukan model pelatihan manajemen yang efektif dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM pada sentra-sentra UMKM yang ada di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur dan membuat kesimpulan serta rekomendasi hasil penelitian berdasarkan kegiatan penelitian yang dilakukan.
7. Menyusun dan membuat draft bahan untuk mengikuti :
 - a. Seminar hasil penelitian dan proseding: Seminar Nasional di Unesa Surabaya pada tanggal 5 Oktober 2018
 - b. Pembuatan dan Penyusunan draft jurnal, dan publikasi jurnal internasional,
 - c. Pengurusan dan pendaftaran HAKI berupa Patent Sederhana (Terdaftar),
 - d. Pembuatan dan Penyusunan Buku Model Perencanaan Sosial mengenai model pelatihan manajemen yang efektif bagi pengembangan dan pemberdayaan UMKM (ber-ISBN),
 - e. Pembuatan dan Penyusunan Draft Buku Ajar (ber-ISBN).

Gambar 5.20 Capaian Luaran Penelitian

Mengacu pada ilustrasi gambar 5.20 di atas, penyerapan anggaran sampai dengan 70% dari total anggaran yang telah disetujui oleh Kemenristek Dikti telah habis digunakan oleh tim peneliti untuk kegiatan survey lapangan, pengumpulan data dan penyebaran kuesioner di lokasi penelitian, melakukan kegiatan sosialisasi, koordinasi serta diskusi, wawancara dengan Dinas dan Instansi terkait (Dinas Koperasi Dan UMKM) yang ada di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur, para pelaku usaha UMKM yang berada di lokasi sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten, maupun untuk mempersiapkan keperluan wajib yang harus dipenuhi sebagai luaran dalam penelitian ini (mengikuti seminar hasil penelitian dan proseding, pembuatan dan penyusunan materi untuk kegiatan proceeding pada Seminar Nasional Manajemen 3 & *Call For Papers 2018* (SINEMA 3) yang diselenggarakan oleh Jurusan Manajemen-Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, tanggal 5 Oktober 2018, pembuatan dan penyusunan materi untuk jurnal dan publikasi jurnal internasional, pengurusan dan pendaftaran HAKI berupa Paten sederhana, pembuatan dan penyusunan Buku Model Perekayasaan Sosial mengenai Redesain Model Pelatihan Manajemen yang efektif dalam pengembangan dan pemberdayaan usaha UMKM (ber-ISBN), serta membuat dan menyusun Buku Ajar Manajemen UMKM (ber-ISBN).

5.5 Rekomendasi

Pengembangan dan pemberdayaan usaha UMKM tidak bisa dipisahkan dengan adanya perkembangan sektor ekonomi yang amat pesat sekarang ini di Indonesia pada umumnya dan Jawa Timur pada khususnya. Sektor usaha UMKM di Jawa Timur beberapa tahun terakhir ini mengalami perkembangan yang amat pesat dalam bidang usahanya, hal ini tidak terlepas dari perhatian yang sangat besar dari pemerintahan Provinsi Timur yang memberikan perhatian yang amat terhadap bidang usaha UMKM ini. Bahkan salah satu pemerintahan kota/kabupaten di Jawa Timur, yakni Sidoarjo telah mendapatkan julukan sebagai “**Sidoarjo Kota UMKM Indonesia**”. Hal ini juga tidak terlepas dari upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah kabupaten Sidoarjo untuk mengangkat sektor usaha UMKM ini melalui berbagai macam program kegiatan, mulai dari program pelatihan, program pendampingan usaha, program pembinaan, serta program pemberdayaan usaha dengan tujuan agar pelaku usaha UMKM yang ada menjadi mandiri secara ekonomi dalam kegiatan usahanya serta upaya-upaya yang telah banyak dilakukan oleh pemerintah Provinsi Jawa Timur untuk mengangkat dan mempromosikan usaha UMKM yang ada dan tersebar hampir di seluruh kota/kabupaten di Jawa Timur yang masing-masing memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda.

Jawa Timur memiliki 6.825.931 UMKM dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 11.117.439 orang serta memiliki 27.461 koperasi aktif dengan jumlah anggota sebanyak 7.621.510 anggota. Hal ini menunjukkan bahwa peran pelaku usaha UMKM seharusnya mampu mendorong aktivitas sentra-sentra UMKM yang ada untuk tumbuh dan berkembang secara alami dan mendorong laju perekonomian di Jawa Timur. Pengembangan dan pemberdayaan sektor usaha UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM seharusnya dapat meningkatkan pengelolaan sentra UMKM lebih mandiri, namun realitanya masih belum optimal karena kendala kualitas sumberdaya manusia, akses pembiayaan, pola manajerial, peluang usaha dan akses informasi. Bimbingan dan pelatihan manajemen yang lebih aplikatif bagi pelaku usaha UMKM yang berada pada sentra-sentra UMKM merupakan kebutuhan yang sangat mendesak mengingat persaingan usaha semakin lama semakin ketat. Pola manajemen pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM masih jauh dari karakteristik manajerial yang memadai khususnya kualitas sumberdaya manusia, oleh karena itu redesain model pelatihan manajemen dan pemberdayaan UMKM yang lebih efektif sangat diperlukan, dengan harapan pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM akan tumbuh berkembang dan mampu memberi kontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat di Jawa Timur.

Dengan adanya perkembangan dalam lingkungan bisnis atau usaha yang sangat dinamis sekarang ini, maka sangatlah diperlukan evaluasi terhadap program-program yang sudah dan sedang berjalan selama ini yang dilakukan baik oleh pemerintah, maupun lembaga atau institusi lainnya, serta kelompok-kelompok usaha dan asosiasi yang selama ini sangat peduli menangani pengembangan dan pemberdayaan sektor usaha UMKM ini.

Dari survey yang dilakukan oleh tim peneliti, eksistensi usaha UMKM yang ada pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur sangat berbeda-beda. Ada beberapa sentra-sentra UMKM yang sudah tidak aktif lagi dan ada pula sentra-sentra UMKM baru bermunculan. Sentra-sentra UMKM yang tidak aktif lagi pada umumnya disebabkan karena beberapa pelaku usaha UMKM yang ada sudah tidak lagi melaksanakan aktivitas usahanya, sedangkan sentra-sentra UMKM baru yang ada karena didorong oleh adanya trend produk yang banyak diminati oleh pasar sekarang ini.

Oleh karenanya untuk mempertahankan eksistensi sentra-sentra UMKM yang ada, perlu diupayakan program-program yang sangat mendukung bagi kehidupan dunia usaha UMKM itu sendiri yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam sektor perekonomian. Gagasan atau ide program-program tersebut dapat muncul dari mana saja, misalnya dari kalangan birokrasi melalui Dinas Koperasi UMKM yang ada di masing-masing kota/kabupaten/provinsi yang memang selama ini memang mempunyai program pelatihan, pendampingan usaha, dan

pemberdayaan UMKM, sehingga sektor UMKM ini dapat diberdayakan secara ekonomi. Akan tetapi, kebanyakan program-program yang ada selama ini kurang berjalan secara maksimal, sehingga hal ini juga akan sangat mempengaruhi kondisi usaha para pelaku UMKM itu sendiri baik secara individu maupun secara kelompok yang berada pada sentra-sentra UMKM.

Untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut, maka dapatlah direkomendasikan beberapa hal berikut :

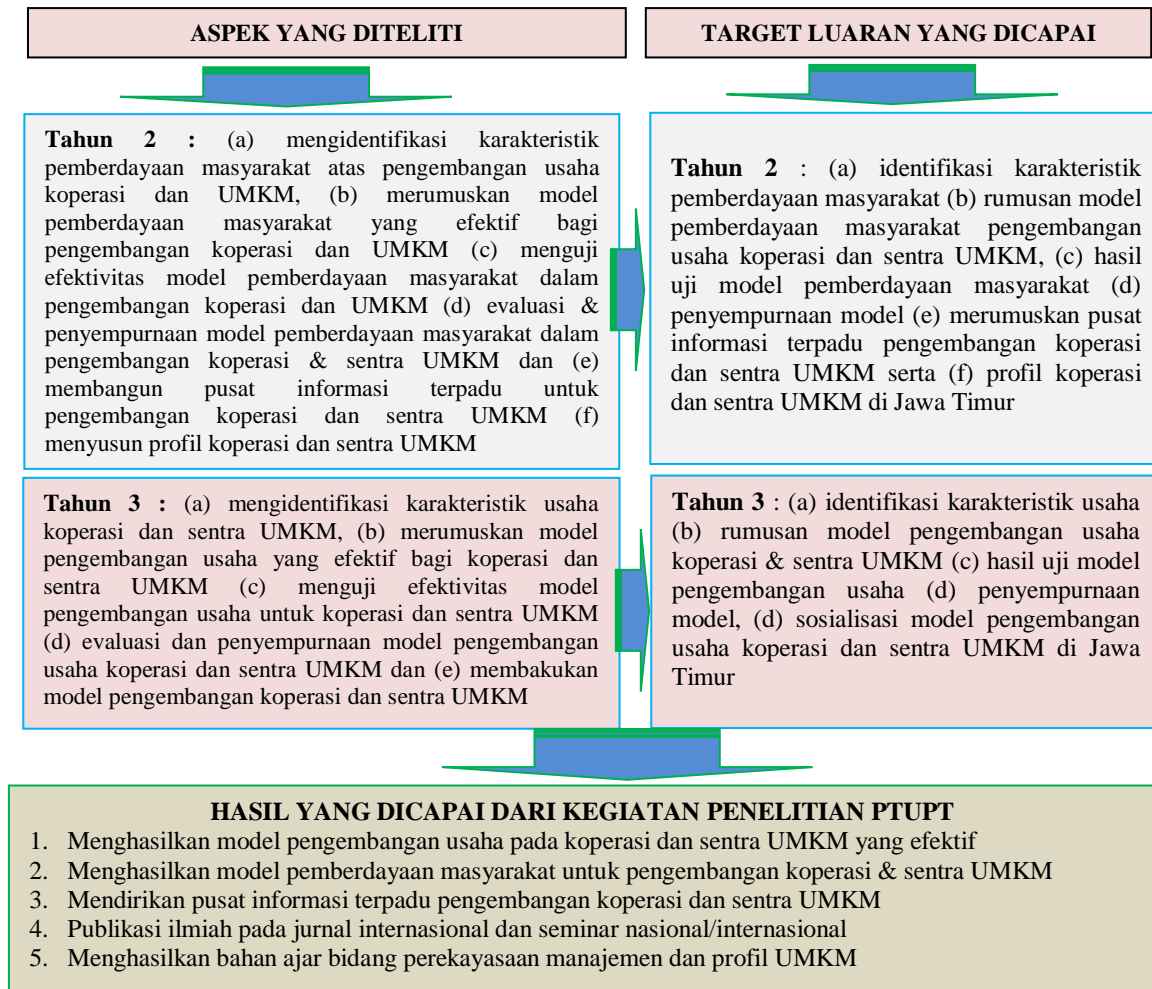
1. Perlunya mendisain ulang (redesain) terhadap Model Pelatihan Manajemen yang efektif yang menekankan dan fokus pada pendampingan usaha secara langsung di lokasi usaha dalam upaya pengembangan dan pemberdayaan UMKM. Redesain model pelatihan manajemen yang efektif tersebut meliputi aspek metode (format) pelatihan, aspek tempat/lokasi pelatihan, aspek penyelenggara pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek peserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan. Melalui implementasi redesain model pelatihan manajemen yang efektif yang menekankan dan fokus pada pendampingan secara langsung di lokasi usaha tersebut, diharapkan pengembangan dan pemberdayaan pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM bisa berjalan dengan baik, sehingga sektor usaha UMKM yang ada akan dapat naik kelas, dari pemula menjadi mikro, dari skala mikro menjadi skala kecil dan seterusnya.
2. Redesain Model Pelatihan Manajemen yang efektif yang menekankan pada pendampingan usaha secara langsung di lokasi usaha sebaiknya dilakukan melalui kolaborasi antara Perguruan Tinggi, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas terkait lainnya, kalangan bisnis, kelompok usaha atau asosiasi usaha, sehingga manfaat pelatihan yang didapat akan berguna bagi pelaku usaha UMKM dalam menjalankan bisnis atau usahanya. Program pelatihan yang dilakukan terhadap sekelompok masyarakat dan para pelaku usaha UMKM yang ada pada sentra-sentra UMKM hendaknya diikuti dengan adanya program pendampingan dan pembinaan usaha selang beberapa waktu untuk melihat apakah program pelatihan yang diberikan telah sesuai sasaran, sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi yang berkembang yang sangat dibutuhkan oleh peserta pelatihan, sehingga pada akhirnya sekelompok masyarakat dan para pelaku usaha UMKM yang telah dilatih dapat diberdayakan dan mandiri secara ekonomi.
3. Implementasi Model Pelatihan yang diterapkan hendaknya disertai dengan kegiatan monitoring dan evaluasi (monev) untuk memastikan keberhasilan dan ketepatan model redesain yang diterapkan. Dengan adanya kegiatan monev ini diharapkan ukuran keberhasilan model yang diterapkan akan tepat sasaran.

4. Pengembangan Model Pelatihan Manajemen dengan mengikutserta peran *stakeholder*. Mengingat sifat dan kondisi lingkungan yang terus mengalami perubahan, maka sangatlah diperlukan kemampuan untuk beradaptasi bagi para pelaku UMKM dalam menjalankan kegiatan bisnis atau usaha agar tetap dapat mempertahankan eksistensinya. Untuk itu dalam pembuatan Pengembangan model pelatihan perlunya mempertimbangkan kedinamisan sifat dan kondisi lingkungan yang terus akan mengalami perkembangan dan yang sifatnya lebih sangat kompleks sehingga dalam implementasi redesain model pelatihan sangatlah membutuhkan dan memerlukan dukungan dan koordinasi dari banyak pihak, antara lain perguruan tinggi (PT), birokrasi (pemerintah), lembaga pembiayaan (Koperasi), kelompok usaha atau asosiasi, dan masyarakat sendiri yang memang sangat peduli terhadap sektor usaha UMKM, khususnya yang berada di sentra-sentra UMKM. Oleh karenanya peran serta dari para *stakeholder* dan pemerhati masalah UMKM perlu dilibatkan untuk membuat perencanaan pengembangan dan pemberdayaan UMKM dengan program-program yang sinergi dan terintegrasi sehingga implementasi dari pengembangan model pelatihan manajemen yang efektif bagi pelaku usaha UMKM yang nantinya akan dijalankan dapat berjalan dengan baik dan mampu menjadikan sektor usaha UMKM ini menjadi sektor unggulan bagi perekonomian Jawa Timur, dan pada akhirnya dapat mengungkit dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada pada sentra-sentra UMKM dan sekitarnya.

BAB VI RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

6.1 Aspek Penelitian Tahun Berikutnya

Untuk mencapai tujuan akhir dari penelitian tahun pertama (I), maka penelitian tahun kedua dan ketiga yang akan dilakukan meliputi aspek yang nampak pada ilustrasi gambar 6.1 berikut ini.



Gambar 6.1: Diagram sistematika penelitian dalam kurun waktu dua tahun berikutnya

6.2 Rincian Metode Penelitian Tahun Kedua (II)

Penelitian tahun kedua (II) seperti diilustrasikan nampak pada gambar 6.1 di atas, diharapkan akan dapat memberikan gambaran secara komprehensif atas penelitian yang dilakukan ini sehingga akan memudahkan dalam memahami proses tahapan penelitian dari kurun waktu tahun pertama sampai tahun ketiga secara rinci.

Tabel 6.1 Rincian metode penelitian pada tahun kedua (2)

Aspek Yang Diteliti	Rancangan Penelitian	Metode Penelitian	Indikator Capaian
a. Mengidentifikasi	Desain kuesioner untuk	Menentukan 70 responden	Dapat diidentifikasi model

karakteristik usaha koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur	mengidentifikasi model usaha yang diterapkan oleh pelaku koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur	pelaku usaha koperasi/sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur	usaha yang diterapkan oleh pelaku koperasi/sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur
b. Merumuskan model pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur	Merumuskan model pengembangan usaha bagi pelaku koperasi dan sentra UMKM yang efektif di Jawa Timur	Menentukan skoring jawaban responden atas desain model pengembangan usaha dengan kriteria tertentu agar dapat dipilih model yang efektif	Dapat dirumuskan suatu model pengembangan usaha koperasi/sentra UMKM yang efektif di Jawa Timur
c. Menguji efektivitas model pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM	Menentukan sampel pelaku koperasi dan sentra UMKM untuk menguji tingkat efektivitas model pengembangan usaha untuk koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur	Menentukan 50 responden dengan cara tertentu untuk dijadikan sampel pengujian atas tingkat efektivitas model pengembangan usaha pada koperasi/sentra UMKM	Dapat diketahui tingkat efektivitas rumusan model pengembangan usaha koperasi/sentra UMKM di Jawa Timur
d. Evaluasi dan penyempurnaan model pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM	Melakukan evaluasi dan perbaikan efektivitas model pengembangan usaha bagi pelaku koperasi dan sentra UMKM yang telah diujikan pada pelaku koperasi dan sentra UMKM	Melakukan evaluasi atas efektivitas model pengembangan usaha pada pelaku koperasi/sentra UMKM melalui diskusi, wawancara dan seminar terbatas dengan sekelompok akademisi/masyarakat	Dapat diidentifikasi kelemahan model dan melakukan penyempurnaan model melalui diskusi, wawancara dan seminar terbatas dan dirumuskan model pengembangan usaha yang baru
e. Membakukan model pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM yang akan diimplementasikan	Melakukan penyempurnaan model pengembangan usaha pada koperasi/sentra UMKM dan sosialisasi model pada pelaku koperasi/sentra UMKM di Jawa Timur	Merumuskan perbaikan model pengembangan usaha pada koperasi/sentra UMKM serta melakukan sosialisasi model pada 50 pelaku koperasi/sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur	Dilakukan penyempurnaan rumusan model pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM yang efektif sesuai dengan karakter pelaku koperasi/sentra UMKM di Jawa Timur

Sumber : Dikembangkan oleh tim peneliti

6.3 Rincian Metode Penelitian Tahun Ketiga (III)

Penelitian tahun ketiga (III) dapat ditunjukkan pada tabel 6.2 berikut ini, sehingga diharapkan akan dapat memberikan gambaran mengenai langkah-langkah kegiatan yang akan dilakukan dan memudahkan peneliti dalam mencari dan menggali data maupun informasi yang relevan terkait dengan tujuan penelitian.

Tabel 6.2 Rincian metode penelitian pada tahun ketiga (3)

Aspek Yang Diteliti	Rancangan Penelitian	Metode Penelitian	Indikator Capaian
a. Mengidentifikasi karakteristik pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM	Desain kuesioner untuk mengidentifikasi pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur	Menentukan 70 responden pelaku usaha koperasi/sentra UMKM pada lima kota/kabupaten di Jawa Timur	Dapat diidentifikasi model pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan usaha koperasi/sentra UMKM lima kota/kabupaten di Jawa Timur
b. Merumuskan model pemberdayaan masyarakat yang efektif untuk pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM	Merumuskan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM yang efektif di Jawa Timur	Menentukan skoring jawaban responden atas model pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM dengan kriteria tertentu	Dapat dirumuskan model pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan usaha koperasi/sentra UMKM yang efektif
c. Menguji efektivitas model pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM	Menentukan sampel pelaku koperasi dan sentra UMKM untuk menguji tingkat efektivitas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha koperasi/sentra UMKM	Menentukan 50 responden dengan cara tertentu untuk dijadikan sampel pengujian atas tingkat efektivitas model pemberdayaan masyarakat	Dapat diketahui tingkat efektivitas rumusan model pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur
d. Evaluasi dan penyempurnaan model pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan usaha koperasi dan sentra	Melakukan evaluasi dan perbaikan efektivitas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha koperasi/sentra UMKM yang	Melakukan evaluasi efektivitas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha koperasi/sentra UMKM melalui diskusi dan wawancara dari	Dapat diidentifikasi kelemahan model dan melakukan penyempurnaan model melalui diskusi, wawancara dan dirumuskan model yang

UMKM	telah diujikan	sekelompok akademisi	lebih efektif
e. Membangun pusat informasi terpadu untuk pengembangan koperasi dan sentra UMKM	Merumuskan model pusat informasi terpadu untuk pengembangan usaha koperasi dan sentra UMKM	Memformulasikan model pusat informasi untuk pengembangan koperasi dan sentra UMKM	Dapat dirumuskan model pusat informasi terpadu untuk pengembangan koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur
f. Menyusun profil koperasi dan sentra UMKM	Merumuskan model profil koperasi dan sentra UMKM di Surabaya	Menyusun model profil kegiatan koperasi /sentra UMKM yang efektif	Dapat disusun profil kegiatan koperasi dan sentra UMKM yang efektif

Sumber : Dikembangkan oleh tim peneliti

6.4 Detail Kegiatan Penelitian Tahun Kedua (II)

Deskripsi Kegiatan Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi dilakukan selama dua tahun berikutnya dapat dijabarkan secara detail sebagaimana berikut ini.

Kegiatan penelitian tahun kedua dan ketiga menggambarkan detail kegiatan yang tidak dapat terpisahkan dengan kegiatan tahun pertama, dimana rincian kegiatan tahun kedua dijabarkan sebagaimana berikut ini:

a. Identifikasi usaha koperasi dan UMKM

Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap kegiatan usaha koperasi dan sentra UMKM di Jawa Timur dengan cara mendesain kuesioner yang menekankan pada aspek usahanya. Kuesioner ini akan disebar pada 70 responden/pelaku koperasi dan sentra UMKM di lima kota/kabupaten secara acak sehingga dapat diidentifikasi model usaha pelaku koperasi/UMKM

b. Merumuskan model pengembangan usaha koperasi/UMKM

Tahap ini diawali dengan mengelompokkan karakteristik usaha koperasi dan UMKM, selanjutnya memberi bobot dan nilai skoring setiap indikator model pengembangan usaha koperasi/UMKM, sehingga dapat dirumuskan model pengembangan usaha koperasi/UMKM yang efektif dan sesuai dengan kondisi serta karakteristik pelaku koperasi/sentra UMKM di Jawa Timur.

c. Pengujian efektivitas model pengembangan usaha koperasi/UMKM

Tahap ini diawali dengan menentukan 50 responden dari lima kota/kabupaten di Jawa Timur dengan cara dipilih sebagai sampel untuk pengujian model pengembangan usaha koperasi/sentra UMKM, dengan tujuan memperoleh gambaran mengenai tingkat efektivitas model pengembangan usaha yang sesuai dengan karakteristik koperasi/UMKM di Jawa Timur

d. Evaluasi efektivitas model pengembangan usaha koperasi/UMKM

Tahap ini mengkaji dan mengidentifikasi kelemahan terkait efektivitas model pengembangan usaha koperasi/UMKM dengan melakukan evaluasi secara mendalam terhadap sikap/pandangan 50 responden di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur melalui diskusi,

wawancara dan seminar terbatas dengan kalangan akademisi sehingga dapat diketahui kekurangan yang terjadi sehingga dapat dirumuskan model baru

e. Membakukan model pengembangan usaha dan implimentasinya

Melakukan rumusan kembali model pengembangan usaha koperasi/UMKM yang lebih tepat sesuai dengan karakteristik usaha koperasi/UMKM. Hasil rekomendasi diskusi, wawancara, dan seminar terbatas menjadi rujukan dalam merumuskan model pengembangan usaha koperasi/UMKM yang efektif dan penerapannya.

6.5 Detail Kegiatan Penelitian Tahun Ketiga (III)

Detail kegiatan pada penelitian tahun ketiga (III) dapat diuraikan sebagaimana dibawah ini :

a. Identifikasi pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan usaha

Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha koperasi/UMKM di Jawa Timur dengan cara mendesain kuesioner yang menekankan pada aspek partisipasi masyarakat. Kuesioner ini akan disebarakan pada 70 responden/pelaku koperasi dan sentra UMKM di lima kota/kabupaten secara acak sehingga dapat diidentifikasi model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha koperasi/UMKM

b. Merumuskan model pemberdayaan masyarakat

Tahap ini diawali dengan mengelompokkan karakteristik peran masyarakat dalam pengembangan usaha koperasi/UMKM, selanjutnya memberi bobot dan nilai skoring setiap indikator model pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan usaha koperasi/sentra UMKM, sehingga dapat dirumuskan model pemberdayaan masyarakat yang efektif dan sesuai dengan karakteristik pelaku usaha koperasi/sentra UMKM di Jawa Timur

c. Pengujian efektivitas model pemberdayaan masyarakat

Tahap ini diawali dengan menentukan 50 responden dari lima kota/kabupaten di Jawa Timur dengan cara dipilih sebagai sampel untuk pengujian model pemberdayaan masyarakat, dengan tujuan memperoleh gambaran mengenai tingkat efektivitas model pemberdayaan masyarakat yang sesuai karakternya

d. Evaluasi efektivitas model pemberdayaan masyarakat

Tahap ini mengkaji dan mengidentifikasi kelemahan terkait efektivitas model pemberdayaan masyarakat dengan cara melakukan evaluasi lebih mendalam terhadap sikap/pandangan 50 responden di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur melalui diskusi, wawancara, dan seminar terbatas sehingga dapat dirumuskan model baru

e. Membangun pusat informasi terpadu untuk pengembangan koperasi

Tahap ini dilakukan kajian secara mendalam dan komprehensif terhadap usaha pengembangan koperasi/UMKM yang relevan dengan karakteristik koperasi/UMKM di Jawa Timur, sehingga dapat dirumuskan model pusat informasi terpadu yang terkait dengan pengembangan koperasi/UMKM di Jawa Timur

f. Menyusun profil koperasi/UMKM

Tahap ini dilakukan kajian secara mendalam dan komprehensif terhadap aktivitas usaha koperasi/UMKM di Jawa Timur, sehingga dapat disusun profil kegiatan yang relevan dengan pengembangan usaha di masa mendatang.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Mengacu hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapatlah peneliti kemukakan kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Telah teridentifikasinya identitas dan karakteristik responden sebagai pelaku usaha UMKM pada sentra UMKM yang berada di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Mojokerto, kota/kabupaten Kediri, dan kota/kabupaten Madiun) dalam pelatihan manajemen usaha yang terdiri dari aspek metode (format) pelatihan, aspek tempat/lokasi pelatihan, aspek penyelenggaraan pelatihan, aspek materi pelatihan, aspek peserta pelatihan, dan aspek orientasi pelatihan.
2. Implementasi aspek metode (format) pelatihan rata-rata berada pada nilai 90.77% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang sangat tinggi, hanya pada item pernyataan nomor 5 dan nomor 6 yang menunjukkan kondisi yang sedang. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek metode (format) pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM.
3. Implementasi aspek tempat/lokasi usaha pelatihan rata-rata berada pada nilai 85.43% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang tinggi, hanya pada item pernyataan nomor 2 dan nomor 3 yang menunjukkan kondisi yang sedang. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek tempat/lokasi pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM.
4. Implementasi aspek penyelenggara pelatihan rata-rata berada pada nilai 86.44% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang tinggi. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek penyelenggara pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM.
5. Implementasi aspek materi pelatihan rata-rata berada pada nilai 89.17% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang tinggi. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek materi pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM. Hanya saja yang perlu mendapatkan perhatian bagi penyelenggara pelatihan dalam

memberikan memberikan pelatihan manajemen bagi pelaku usaha UMKM ini adalah berkaitan dengan sifat materi dan manfaat materi yang diberikan, seperti yang tercermin pada item pernyataan nomor 2 menunjukkan dalam implementasinya di lapangan kondisi riilnya sangat rendah menurut persepsi pelaku usaha UMKM sebagai peserta pelatihan, dan item pernyataan nomor 3 dan nomor 4 kondisi riil yang ada di lapangan implementasinya menunjukkan kondisi yang sedang.

6. Implementasi aspek peserta pelatihan rata-rata berada pada nilai 89.33% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang tinggi. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek peserta pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM. Sedangkan persepsi jawaban responden atas item pernyataan nomor 2, nomor 4, nomor 6 dan nomor 9 yang mengindikasikan pada kondisi riil di lapangan rendah dengan nilai $< 40\%$, dan hal ini perlu menjadi pertimbangan dalam setiap penyelenggaraan kegiatan dan program pelatihan.
7. Implementasi aspek orientasi pelatihan rata-rata berada pada nilai 91.43% atau kondisi riil yang ada menunjukkan kondisi yang sangat tinggi. Hal ini berarti kemanfaatan implementasi aspek orientasi pelatihan yang ada selama ini memiliki peran yang sangat besar bagi pengelolaan dan pengembangan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM yang berada di sentra UMKM. Sedangkan persepsi jawaban responden atas item pernyataan nomor 1, dan nomor 3 mengindikasikan pada kondisi riil di lapangan yang sedang dengan nilai $< 67\%$.
8. Konsep Model pelatihan Manajemen yang efektif dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM pada sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur terdiri dari 3 model, yang antara lain meliputi : redesain model pelatihan manajemen yang efektif, Implementasi Model Pelatihan, dan Pengembangan Model Pelatihan dengan peran *stakeholder*. Diharapkan dengan mengimplementasikan ketiga (3) model tersebut, maka pengembangan dan pemberdayaan pelaku usaha UMKM yang berada pada sentra-sentra UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur bisa berjalan, dimana ketiga (3) model tersebut menekankan atau fokus pada kegiatan pendampingan secara langsung di lokasi usaha bagi pelaku usaha UMKM.

7.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat peneliti kemukakan beberapa rekomendasi sebagaimana berikut ini :

1. Sebaiknya model pelatihan manajemen yang efektif dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM yang akan diimplementasikan pada redesain model pelatihan melalui pola perencanaan yang matang dengan jalan membuat rencana program pelatihan manajemen secara kolaborasi antar pihak yang berkepentingan dengan sektor usaha UMKM itu sendiri. Kolaborasi dapat dilakukan dengan melibatkan Perguruan Tinggi (PT), Dinas Koperasi Dan UMKM, Dinas-Dinas terkait lainnya, institusi/lembaga formal lain, kalangan bisnis, dan kelompok-kelompok usaha atau asosiasi yang membidangi usaha. Dan model pelatihan manajemen yang akan diimplementasikan hendaknya menekankan pada program pendampingan secara langsung di lokasi usaha para pelaku usaha atau sentra-sentra UMKM.
2. Implementasi Model Pelatihan yang diterapkan hendaknya disertai dengan kegiatan monitoring dan evaluasi (monev) untuk memastikan keberhasilan dan ketepatan model redesain yang diterapkan. Dengan adanya kegiatan monev ini diharapkan ukuran keberhasilan redesain model pelatihan yang diterapkan akan tepat sasaran dan sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan para pelaku usaha UMKM.
3. Pada model pengembangan dengan peran serta *stakeholder* hendaknya lebih ditekankan pada sinergi kegiatan atau program yang ada pada masing-masing *stakeholder*. Melalui upaya pelibatan dengan para stakeholder ini, tentunya sangat memerlukan banyak dukungan dan koordinasi yang intensif dengan masing-masing *stakeholder* yang ada, baik melalui pola men-sinergikan program yang dimiliki oleh masing-masing stakeholder sampai dengan bagaimana upaya untuk mengintegrasikan program-program yang ada menjadi satu model untuk pengembangan dan pemberdayaan UMKM yang efektif dan tepat. Melalui pengembangan model ini diharapkan mampu menjadikan UMKM di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur, menjadi UMKM yang mandiri secara ekonomi dan pada akhirnya dapat mengungkit dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada pada sentra-sentra UMKM dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Baktiono, JFX. Susanto Soekiman, I Putu Artaya, 2015. **“Optimalisasi Dan Pengembangan Sentra UMKM Dalam Rangka Mewujudkan Ketahanan Komoditi Pangan Di Kabupaten Sidoarjo”**
- Anderson and Miller (2003). Who attains social status? Effects of personality and physical attractiveness in social groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81,116–132.
- Anonymous. 2003. *Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Bateman, Thomas S. dan Snell, Scott A. (2014). **Manajemen: Kepemimpinan dan Kerjasama dalam Dunia yang Kompetitif**. (Alih Bahasa: Ratno Purnomo, Willy Abdillah), Edisi 10, Buku 1. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Bosma, N. S., van Praag, C. M., Thurik, A. R., & de Wit, G., 2004. The value of human and social capital investments for the business performance of startups. *Small Business Economics*, 23, 227-236.
- Boyoung, K. (2010). The Contingency Factors Influencing Organizational Structuring of the Design Units within a Company. *Journal of Digital Interaction Design*, Vol. 9, No. 1: 28–43.
- Burt, R. S. 2000. The network structure of social capital. In: R. Sutton and B. Staw, eds., *Research in Organizational Behavior*. Greenwich Ct.: JAI Press.
- Chowdhury, Sayani Roy and Chowdhury, Sahana Roy. (2016). Policy Reforms and SME Performances: A Comparison of Two Major EMEs. **Emerging Economy Studies**, Sage Publication, 2(2) 145-155
- Coleman, J., 1988. Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology* 94(S):S95-S120.
- Costa, J. C.; (2001) – The coastal vegetation of the Portuguese Divisory Sector: dunes, cliffs and low-scrub communities. *Finisterra XXXV*, 69 : 63-87.
- Dahl, M.S., and Pedersen, C.O.R. (2002). Knowledge Flows through Informal Contacts in Industrial Cluster: Myths or Realities? DRUID Working Paper No 03-01.
- Davidsson, P., & Honig, B., 2003. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 301–331.
- Felzensztein, C. (2003). „Collaborative networks and inter-firm co-operation inmarket ing: Where are we? Where do we need to go?” <http://www.uach.cl/facultad/economicas/instituto/administracion/docents/cfelzensztein/univ/papers/papers_files/113_Final_Paper>
- Gosselin Maurice, (2005). An Empirical Study of Performance Measurement in Manufacturing Firm, *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 54 No.5/6.pp.419-437
- Gunawan, Sumodiningrat. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Harvie, C. (2007). “SME Clustering and Networking and its Contribution to Regional Development: An Overview of the Key Issues”. The 4th SMEs in Global Economy Conference, 9–10th July, <<http://www.uow.edu.au/commerce/econ/csbr/Paper%2014.pdf>>.
- Handrimurtjahyo, A. Dedy, et al. 2007. Faktor-Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Industri Kecil: Kasus pada Industri Gerabah dan Keramik Kasongan, Bantul, Yogyakarta. Yogyakarta : FE Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

- Hanifah, 2011, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Budaya Organisasi dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan", Proseding Seminar Nasional Call for Paper, ISSN ISBN 978- 979-3649-65-8
- Harmsen, H, Grunert, K and Bove, K. 2000. Company competencies as a JRMB, network: the role of product development. *Journal of Product Innovation Management*, 17
- Hisrich, 1991., *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha*, Erlangga Jakarta.
- Holten, Ann Louise and Crouch, Colin. (2014). Unions in Small-and Medium-Size Enterprises: A Family Factor Perspective. **European Journal of Industrial Relations**. Vol. 20 (3) 273-290
- Honig, B., 1996. Education and self employment in Jamaica. *Comparative Education Review* 40 (2, May).
- Honig, B., 1998. What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican microentrepreneurs. *Journal of Business Venturing* 13(5):371-394.
- Jarvis, Robin and Rigby, Mike. (2012). The Provision of Human Resources and Employment Advice to Small and Medium-Size Interprises: The Role of Small and Medium-Size Practices of Accountants. **International Small Business Journal**, 30 (8) 944-956
- Jones, Paul., Beynon, Malcolm J., Pickernell, David and Packham, Gary. (2013). Evaluating the Impact of Different Training Methods on SME Business Performance. **Environment of Planning C: Gaverment anf Policy**. Volume 31, pages 56-81
- Kim, Young Saing and Marsick, Victoria. (2013). Using the DLOQ to Support Learning in Republic of Korea SMEs. **Advances in Developing Human Resources**. 15 (2) 207-221
- Krisnamurti, Bayu, 2003. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Ekonomi Rakyat dengan Cara Berekonomi Sendiri*. Pusat Studi Pembangunan, IPB, Bogor.
- Kuah, A.T.H. (2002). "Cluster Theory and Practice: Advantages for Small Business Locating in a Vibrant Cluster". *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*: Volume Four, Issue 3: 206–228.
- Kuncoro, M., and Supomo, I.A. (2003). "Analisis Formasi Keterkaitan, Pola Klaster, dan Orientasi Pasar: Studi Kasus Sentra Industri Keramik di Kasongan, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta". *Jurnal Empirika* Volume 16.No. 1. Juni.
- Kuncoro, M. 2000. *Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan*. Studium Generale dengan topik "Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil di Indonesia". Yokyakarta :STIE Kerja Sama.
- Lee, Cheng Sheng and Wong, Kuan Yew. (2015). Knowledge Management Performance Measurement in Micro-Small and Medium Size Enterprice: An Explarotary Study. **Business Information Review**, Vol. 32 (4) 204-211
- Lee, C., Lee, K. & Pennings, J. M. (2001). Internal capabilities, external networks, and performance: A study of technology bases ventures. *Strategic Management Journal*, 22, 615-640.
- Love, James H and Roper, Stephen. (2015). SME Innovation, Exporting and Growth: A Review of Existing Evidence. **International Small Business Journal**. Vol. 33 (1) 28-48
- Lumpkin G.T. and Dess G.G. 1996, Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance, *Academy of Management Review*, Vol 21 No.1 135-172
- Luthans, Fred. 2002(a). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior* 23/6 (September): 695-706.
- Manjon, Juan Vicente Garcia and Mompo, Rafael. (2016). Accelerating Innovation in Small and Medium Size Enterprises in the ICT Service Sector. **Sage Open**, July-September, 1-9
- Miller. D, P. Friesen, 1984, *Organization: A Quantum View*, Englewood Cliifs, NJ: Prentice Hall

- Nadvi, K. (1999). "Collective Efficiency and Collective Failure: the Response of Sialkot Surgical Instrument Cluster to Global Quality Pressures". *World Development* Vol. 27, No. 9: 1605–1626.
- Nel, H and Makuwaza, G.C. (2001). *Clustering as a Policy Strategy for Improving Manufacturing Performance and Economic Growth in South Africa: a Case Study of Motor Industry in the Eastern Cape*. Paper presented at the SA Economic Society Conference. Muldersdrift.
- Pennings SC, Callaway RM (1998) Impact of a parasitic plant on the structure and dynamics of salt marsh vegetation. *Ecology* 77:1410±1419
- Phele, T., Roberts, S. and Steuart, I. (2004). *Industrial Strategy and Local Economic Development: Manufacturing Policy and Technology Capabilities in Ekurhuleni*. Forum Paper on African Development and Poverty Reduction: The Macro-micro Linkage. 13–15th October. Lord Charles Hotel. South Africa.
- Porter M., 1980, *Competitive Strategy*, Free Press, New York.
- Portes, A. 1999. Social capital: its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology* 24:1–24.
- Pulungan, Syahrial A. 2003. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Industri Kecil dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kerakyatan di Kota Medan. Medan : Program Pascasarjana USU
- Putnam, R., 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Roelandt, T and Hertog, P. (1999). *Cluster Analysis and Cluster Based Policy Making in OECD Countries: an Introduction to the Theme*. OECD Publication Service. France. Stoll, Emely E and Brookshire, Jung E.Ha. (2012). Motivations for Success: Case of U.S Textile and Apparel Small-and Medium Size Enterprises. **Clothing and Textiles Research Journal**. 30 (2) 149-163
- Sato, Y. (2000). "Linkage Formation by Small Firms: the Case of Rural Cluster in Indonesia". *Bulletin of Indonesian Economic Studies* Vol. 36 No. 1. April: 137–166.
- Schmitz, H., (1995). Collective Efficiency: Growth Path for Small Scale Industry. *The Journal of Development Studies* 31 (4).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Sulistiyani, Ambar Teguh. 2004. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Medika.
- Soebandi, Agus Baktiono, Eman Setiawan, 2016. **"Pengembangan Pengelolaan Terpadu Industri Pariwisata Dan Sentra UMKM Pada Kawasan Wisata Kenjeran Di Surabaya"**
- Solitander, M., and Tidström, A. (2010). Competitive flows of intellectual capital in value creating networks. *Journal of Intellectual Capital* Vol. 11 No. 1: 23–38.
- Tambunan, Tulus. 2008. *Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Titze, M., Brachert, M., and Kubis, A. (2008). *The Identification of Regional Industrial Clusters Using Qualitative Input-Output Analysis*. IWH Discussion Paper 13/2008 Halle Institute for Economic Research.
- UNIDO. (2010). *Cluster development for pro-poor growth: the UNIDO approach*. The United Nations Industrial Development Organization. Vienna.
- Uzor, O.O. (2004). *Small and Medium Scale Enterprises Cluster Development in South-Eastern Region of Nigeria*. IWIM, Nr. 86.
- Wahyudiono, 2016. **"Pengembangan Model Usaha Dalam Rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pada Sentra UMKM Di Kecamatan Rungkut Surabaya"**
- Wiklund, 1999, *The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation-Performance*

- Relationship, Entrepreneurship Theory and Practice, Baylor University.
- Wiklund, J. and Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. *Journal of Business Venturing* . 20, 71 – 91.
- Woolcock, M. dan D. Narayan. 2000. Social capital: implications for development theory, research, and policy. *The World Bank Research Observer* 15(2): 225-249.

LAMPIRAN
CATATAN HARIAN PENELITIAN

**LAMPIRAN
DRAFT ARTIKEL PROCEEDING
SEMINAR NASIONAL**

**LAMPIRAN
DRAFT ARTIKEL JURNAL
INTERNASIONAL**

LAMPIRAN
DRAFT BUKU PEREKAYASAAN SOSIAL

