

REKAYASA SOSIAL

by Sukeşi Sukeşi

Submission date: 17-Jan-2020 03:06PM (UTC+0800)

Submission ID: 1242986880

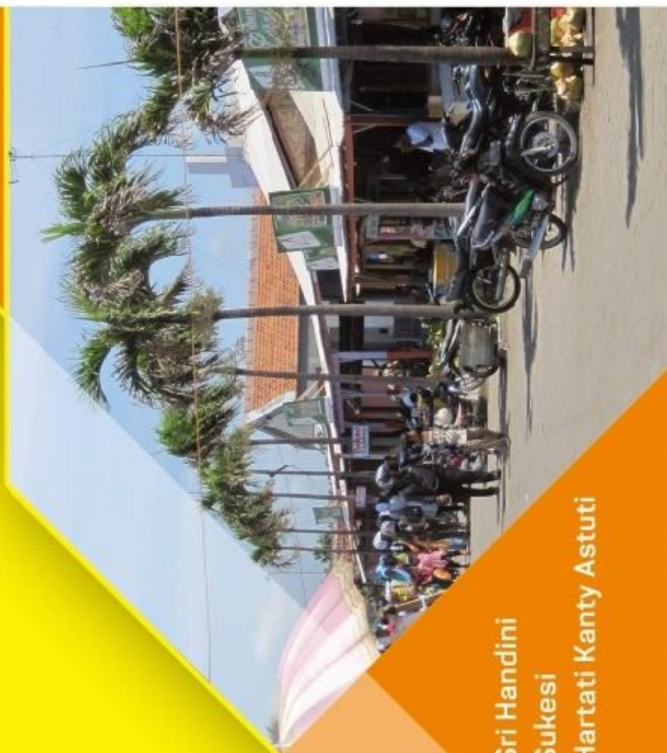
File name: BUKU_REKAYASA_SOSIAL.docx (1.25M)

Word count: 27126

Character count: 165646

STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

DALAM UPAYA PENGEMBANGAN UMKM
WILAYAH PESISIR



Sri Handini
Sukesi
Hartati Kanty Astuti

STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Sri Handini | Sukesi | Hartati Kanty Astuti



Tentang Penulis



Dr. Sri Handini, MM dilahirkan di Madiun, menyelesaikan Studi Pendidikan Program Sarjana (S1) di Sekolah Tinggi Keuangan Surabaya, Mengikuti Program Magister Manajemen (S2) di Universitas Gajahmada Yogyakarta, melanjutkan Program Doktor (S3) di Universitas 17 Agustus Surabaya.

Jabatan yang sedang dilakukan saat ini sebagai Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Kariernya di Bidang Pendidikan dimulai pada tahun 1989 sebagai Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr. Soetomo Surabaya yang mengajar di S1 serta mengajar di beberapa PTS di Surabaya dan sebagai Peneliti



Dr. Sukesi, MM dilahirkan di Pacitan, menyelesaikan Studi Pendidikan Program Sarjana (S1) di FKIP Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Mengikuti Program Magister Manajemen (S2) di Universitas 17 Agustus Surabaya, melanjutkan Program Doktor (S3) di Universitas 17 Agustus Surabaya

Jabatan yang sedang dilakukan saat ini sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Kariernya di Bidang Pendidikan dimulai pada tahun 1989 sebagai Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr. Soetomo Surabaya yang mengajar di S1 serta mengajar di Program Magister Manajemen (S2) dan mengajar di beberapa PTS di Surabaya. Dan sebagai Peneliti.

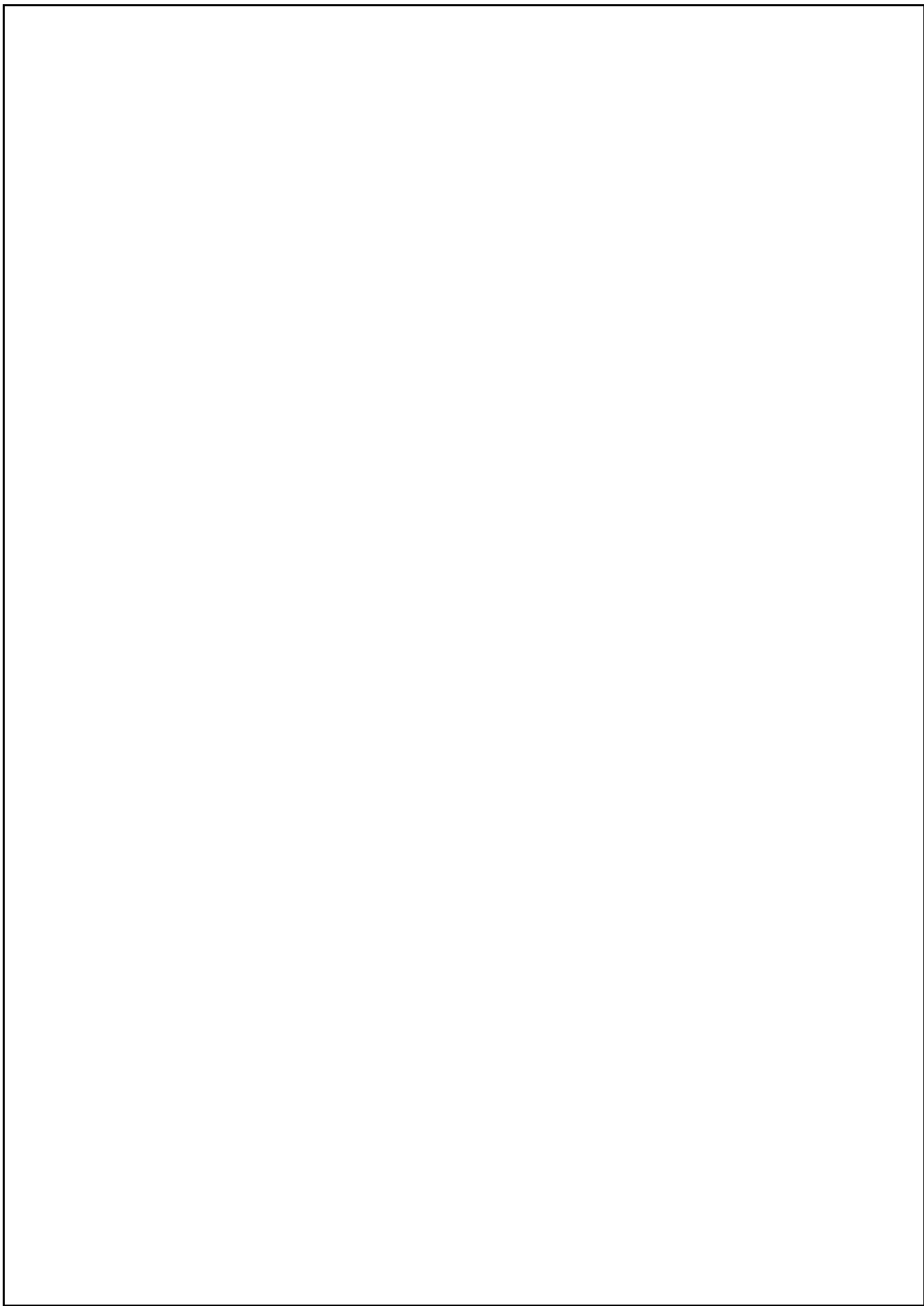


Dra. Hartati Kanty Astuti, MM dilahirkan di Solo, menyelesaikan Studi Pendidikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan (UPN) Surabaya, Mengikuti Program Magister Manajemen (S2) di Universitas 17 Agustus Surabaya, Jabatan yang sedang dilakukan saat ini sebagai Ketua Lembaga Penelitian Universitas WR Supratman Surabaya, Kariernya di Bidang Pendidikan dimulai pada tahun 1989 sebagai Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi Universitas WR Supratman Surabaya yang mengajar di S1 Dan sebagai Peneliti.



Printed by MSC
08132228176
www.msc-web.id
Pondok Maritim Jalan Bina Pertiwi, Wiyung, Surabaya





KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji Syukur kami Panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan bimbingan hingga Buku Rekayasa Sosial dari hasil Penelitian yang berjudul “Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa dalam Upaya Pengembangan UMKM Wilayah Pesisir” dapat terselesaikan tepat waktu. Dimana Buku tersebut membahas masalah Pemberdayaan masyarakat desa, metode, strategi dan keuangan serta mengembangkan Hasil dari Produk UMKM di wilayah pesisir pantai khususnya di lokasi penelitian kami yaitu Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan dan Tuban.

Buku Rekayasa Sosial ini disusun dengan maksud agar para mahasiswa dapat dengan mudah mengetahui dan memahami masalah pemberdayaan masyarakat di desa yang terkait dengan pengembangan UMKM khususnya yang berada disekitar wilayah pesisir pantai.

Pemberdayaan saat ini telah menjadi Program nasional melalui PNPM (Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat), Sehingga semua SKPD (Satuan Kerja Pemerintah Daerah) memiliki program Pemberdayaan Masyarakat. Bahkan diseluruh Provinsi dan kabupaten/kota perlu dibentuk instansi khusus yang bernama Badan/kantor Pemberdayaan Masyarakat. Bahkan di dalam Struktur pemerintah desa/kelurahan juga dibentuk Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa/Kelurahan (LPMD/LPMK) harus disinergikan untuk mencapai tujuan sesuai dengan program yang dicanangkan.

Oleh sebab itu buku ini diterbitkan dengan harapan untuk dapat dijadikan acuan bagi semua pihak yang membutuhkan, baik Mahasiswa, Fasilitator, aparat desa/ kelurahan, pemerhati pemberdayaan masyarakat desa

untuk mendukung kebijakan pemerintah dalam kaitannya dengan perspektif kebijakan public.

Penulis dalam menyelesaikan Buku Ajar tersebut ⁴ tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Penerbit Buku Rekayasa Sosial “Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Upaya Pengembangan UMKM di Wilayah Pesisir Pantai.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr. Soetomo Surabaya
3. Ketua Lembaga Penelitian Universitas Dr. Soetomo Surabaya
4. Anggota Tim Peneliti dalam Penelitian PTUPT tahun ke 2
5. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tergabung dalam Tim FGD yang banyak memberikan masukan untuk kesempurnaan Buku Ajar tersebut
6. Para Mahasiswa yang telah menggunakan Buku Rekayasa Sosial tersebut

Kritik dan saran terhadap materi Buku Ajar tersebut akan sangat bermanfaat dan kami terima dengan tangan terbuka baik melalui Penerbit, email : srihandini321@gmail.com atau WA 0821 4083 5422

Semoga Buku Rekayasa sosial ni memberikan manfaat dan wawasan bagi pengguna.

Surabaya, 12 Nopember 2019
Hormat Kami

Ttd

Dr. Sri Handini, MM
Nidn 0712115901

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	viii
Bab I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Khusus	9
1.4 Tujuan Umum	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Manajemen di Usaha Kecil	17
Bab II METODE PENELITIAN	12
2.1 Objek Penelitian.....	12
2.2 Deskripsi Kegiatan Penelitian.....	16
2.3 Instrumen Penelitian	17
2.4 Sumber Data.....	29
2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
2.6 Tempat / Lokasi Penelitian	33
2.7 Teknik Analisis Data.....	34
2.8 Metode Pengumpulan Data Penelitian.....	36
Bab III GAMBARAN UMUM OBYEK	37
3.1 Gambaran Umum Obyek	37
3.2 Deskripsi Subjek Penelitian	38
3.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	60
3.3.1 Deskripsi Identitas Responden.....	60
332 Analisa Pengembangan Model Pemberdayaan Masyarakat pada sentra UMKM pesisir pantai Di Jawa Timur.....	63
333 Analisa Model Pemberdayaan Masyarakat Yang Efektif Bagi Sentra UMKM Pada Wilayah Pesisir Pantai Jawa Timur	112
334 Rumusan Model Pemberdayaan Masyarakat Yang Efektif Pada Sentra UMKM wilayah Pesisir Pantai Jawa Timur	114
335 Model Pemberdayaan Masyarakat Yang Efektif	115
3.4 Capaian Luaran Penelitian.....	131
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN	133
4.1 Kesimpulan	133

4.2	Saran	134
DAFTAR PUSTAKA		152

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Rancangan Metode Rumusan Model	15
Tabel 2.2	Desain Instrumen Penelitian	18
Tabel 2.3	Kriteria Skor	31
Tabel 2.4	Sampel Penelitian	33
Tabel 3.1	Uji Validitas Sampel n = 55.....	39
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	44
Tabel 3.3	Uji Reliabilitas Kota Surabaya Sampel n = 11	45
Tabel 3.4	Uji Reliabilitas Kota Sidoarjo Sampel n = 11	48
Tabel 3.5	Uji Reliabilitas Kota Gresik Sampel n = 11	51
Tabel 3.6	Uji Reliabilitas Kota Lamongan Sampel n = 11	54
Tabel 3.7	Uji Reliabilitas Kota Tuban Sampel n = 11	57
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 3.9	Lokasi Kawasan Responden	61
Tabel 3.10	Deskripsi Jenis Usaha Responden	61
Tabel 3.11	Deskripsi Usia Responden	62
Tabel 3.12	Deskripsi Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 3.13	Kriteria Skor	65
Tabel 3.14	Skor Aspek Pengembangan Pemberdayaan masyarakat dan Pelatihan	66
Tabel 3.15	Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan ditinjau dari Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	68
Tabel 3.16	Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan ditinjau dari Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	69
Tabel 3.17	Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan ditinjau dari Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	70
Tabel 3.18	Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan ditinjau dari Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	71
Tabel 3.19	Skor Aspek Keuangan	72
Tabel 3.20	Aspek Keuangan ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	74
Tabel 3.21	Aspek Keuangan ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	75
Tabel 3.22	Aspek Keuangan ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	76
Tabel 3.23	Aspek Keuangan ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	77

Tabel 3.24	Skor Aspek Inovasi Produk.....	78
Tabel 3.25	Aspek Inovasi produk ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	80
Tabel 3.26	Aspek Inovasi produk ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	81
Tabel 3.27	Aspek Inovasi produk ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	82
Tabel 3.28	Aspek Inovasi produk ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	83
Tabel 3.29	Skor Aspek Pemasaran Produk	84
Tabel 3.30	Aspek Pemasaran Produk ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	86
Tabel 3.31	Aspek Pemasaran produk ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	87
Tabel 3.32	Aspek Pemasaran produk ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	88
Tabel 3.33	Aspek Pemasaran produk ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	89
Tabel 3.34	Skor Aspek Aset Rumah Tangga	90
Tabel 3.35	Aspek Aset rumah tangga ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	92
Tabel 3.36	Aspek Aset rumah tangga ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	93
Tabel 3.37	Aspek Aset rumah tangga ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	94
Tabel 3.38	Aspek Aset rumah tangga ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	95
Tabel 3.39	Skor Aspek Interaksi Sosial	96
Tabel 3.40	Aspek Interaksi Sosial ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	98
Tabel 3.41	Aspek Interaksi Sosial ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	99
Tabel 3.42	Aspek Interaksi Sosial ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	100
Tabel 3.43	Aspek Interaksi Sosial ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	101
Tabel 3.44	Skor Aspek Kelembagaan	102
Tabel 3.45	Aspek Kelembagaan ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	104
Tabel 3.46	Aspek Kelembagaan ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur.....	105

Tabel 3.47 Aspek Kelembagaan ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	106
Tabel 3.48 Aspek Kelembagaan ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	107
Tabel 3.49 Skor Aspek Strategi Pemasaran	108
Tabel 3.50 Aspek Strategi pemasaran ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	109
Tabel 3.51 Aspek Strategi pemasaran ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	110
Tabel 3.52 Aspek Strategi Pemasaran ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	111
Tabel 3.53 Aspek Strategi Pemasaran ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur	112
Tabel 3.54 Hasil Perhitungan T Skor	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	<i>Action Research</i> Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi ...	13
Gambar 2.2.	Diagram Sistematika Penelitian	14
Gambar 3.1.	Model Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Sentra UMKM warga pesisir pantai di Jawa Timur.....	64
Gambar 3.2.	<i>Pie Chart</i> Pengembangan Pemberdayaan masyarakat dan Pelatihan	67
Gambar 3.3.	<i>Pie Chart</i> Keuangan.....	73
Gambar 3.4.	<i>Pie Chart</i> Inovasi produk	79
Gambar 3.5.	<i>Pie Chart</i> Pemasaran Produk	85
Gambar 3.6.	<i>Pie Chart</i> Aset Rumah Tangga	91
Gambar 3.7.	<i>Pie Chart</i> Interaksi Sosial	97
Gambar 3.8.	<i>Pie Chart</i> Kelembagaan	103
Gambar 3.9.	<i>Pie Chart</i> Strategi pemasaran.....	109
Gambar 3.10.	Model Manajemen Pemberdayaan Terpadu Bagi Kelompok Sentra UMKM Warga Pesisir Pantai Jatim	113
Gambar 3.11.	Model Pemberdayaan Masyarakat pada Sentra UMKM Wilayah Pesisir Pantai di Wilayah Jawa Timur	116

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Berdasarkan aspek geografis masyarakat pesisir merupakan masyarakat yang hidup, tumbuh dan berkembang di kawasan pesisir. Masyarakat ini bergantung hidup dengan mengelola sumber daya alam yang tersedia dilingkungannya yaitu perairan dan pulau-pulau kecil.

Secara umum sumber ekonomi mereka adalah sumber daya perikanan yang menjadi sumber daya yang sangat penting dan sumber daya ini menjadi penggerak dinamika ekonomi local di desa-desa pesisir. Dalam konteks tersebut, masyarakat nelayan merupakan pelaku utama yang ikut serta menentukan dinamika ekonomi local. Kondisi masyarakat nelayan kini, merupakan hasil dari kebijakan pembangunan di sektor perikanan. Dengan kebijakan yang bertumpu pada produktivitas ini telah melahirkan berbagai perubahan yang sangat penting di bidang social, ekonomi dan ekologi di masyarakat pesisir.

Dengan melihat pentingnya masyarakat pesisir yang dapat menopang perekonomian suatu daerah maka perlu kiranya dari Pemerintah daerah atau pemerintah Pusat untuk mengelola wilayah Pesisir dan pulau-pulau kecil sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 27 tahun 2007 tentang pengelolaan wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil dimana pada Pasal 5 Bab III pada undang-undang tersebut menyatakan :

“Pengelolaan wilayah pesisir dan Pulau-pulau kecil meliputi kegiatan perencanaan, pemanfaatan, pengawasan dan pengendalian terhadap interaksi manusia dalam memanfaatkan Sumber Daya Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil serta proses alamiah secara berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan Masyarakat dan menjaga keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.“

Wilayah pesisir pantai timur dan utara di Jawa Timur merupakan kawasan pantai yang memiliki potensi ekonomi yang sangat besar, namun masih belum optimum kontribusinya bagi kesejahteraan bagi warganya, hal ini disebabkan oleh berbagai kendala yang terkait dengan karakteristik masyarakat. Peluang usaha terbuka sangat luas, namun masih belum optimal peranannya dalam mengungkit perekonomian warga yang berdomisili di sepanjang pesisir pantai. Lima kota yang memiliki wilayah pesisir pantai di sebelah timur dan utara Jawa Timur diantaranya kota Sidoarjo, Surabaya, Gresik, Lamongan dan Tuban dengan bentangan pantai yang menyambung dari ujung timur Sidoarjo sampai ujung utara kota Lamongan dan Tuban.

Untuk memperlancar pengelolaan wilayah pesisir yang terdapat di wilayah Jawa Timur sesuai dengan “Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomer 6 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil tahun 2012-2032”.

Dengan Pengelolaan wilayah pesisir yang telah diatur oleh Pemerintah pusat dan pemerintah daerah maka perlu kiranya kita memberikan suatu solusi untuk peningkatan kesejahteraan pada masyarakat pesisir dengan membentuk sentra-sentra UMKM di wilayah pesisir tersebut, memang dalam peningkatan suatu kesejahteraan masyarakat memerlukan suatu pembenahan dalam hal pemberdayaan masyarakat yang sesuai dengan karakteristik masyarakat masing-masing wilayah pesisir.

Salah satu sektor unggulan dalam pembangunan di Jawa Timur yang mendorong Perekonomian masyarakat adalah melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dimana kontribusi UMKM dalam membangun perekonomian Jawa Timur melalui share di PDRB sekitar 52,99%.

Jumlah UMKM yang tersebar di lima kota ini sebanyak 1.077.151 tentu hal ini akan menjadi modal untuk mendorong pertumbuhan perekonomian

masyarakat namun realitanya masih belum menunjukkan kontribusi yang cukup signifikan karena keberadaan UMKM-nya masih belum optimum. Sedangkan jumlah UMKM di Indonesia sebesar 59,2 juta pelaku UMKM (CNN Indonesia (Safir Makki). Sedangkan sebanyak 3,79 Juta UMKM sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya, jadi hanya sekitar 8 % dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia Dengan adanya pengembangan dunia usaha kecil dan menengah merupakan solusi terbaik untuk menekan jumlah pengangguran . Disamping itu bias menjadikan mata pencaharian , selebihnya adalah membuka lapangan pekerjaan. Peningkatan perekonomian masyarakat tidak lepas dari peran pemerintah yaitu dengan pemberdayaan masyarakat melalui usaha memberdayakan UMKM (Landy.A. Senduk dkk).

Di dalam memberdayakan masyarakat di Jawa Timur sangat berpotensi sekali dari data BPS jumlah penduduk di Jawa Timur tahun 2016 adalah sbb :

NO	KABUPATEN/KOTA	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	TOTAL
1	Surabaya	1.414.025.	1.448.381	2.862.406
2	Sidoarjo	1.080.401	1.070.081	2.150.482
3	Gresik	630.017	640.685	1.270.702
4	Lamongan	577.111	611.082	1.188.193
5	Tuban	572.095	586.279	1.158.374

Sumber. BPS 2016

Dengan melihat data tersebut jawa timur sangat memungkinkan sekali untuk mengembangkan usaha baik di kota ataupun di desa termasuk di wilayah pesisir dengan tujuan peningkatan kesejahteraan . sedangkan jumlah angkatan kerja dapat kita lihat sbb :

NO	KABUPATEN/KOTA	2017	2018
1	Surabaya	1.495.837	1.520.041
2	Sidoarjo	1.075.359	1.094.650
3	Gresik	662.618	664.523
4	Lamongan	638.330	634.845
5	Tuban	653.981	659.499

Sumber : BPS

Dari data ketenagakerjaan pada kabupaten/kota yang digunakan sebagai objek penelitian sangat berpotensi dalam memberdayakan masyarakat khususnya masyarakat pesisir. Dari table tersebut Surabaya, Sidoarjo dan Gresik dari tahun ke tahun mengalami peningkatan sedangkan Lamongan dan Tuban mengalami penurunan.

¹ Kendala pengembangan sentra UMKM di Wilayah Pesisir Jawa Timur masih tetap pada hal yang bersifat klasik yaitu: a) kualitas sumberdaya manusia yang rendah, b) akses yang terbatas, c) model manajemen yang tidak memadai, d) peluang usaha dan akses informasi rendah dan e) program pengembangan usaha yang tidak konsisten. Tata kelola usaha sentra UMKM membutuhkan model pemberdayaan masyarakat yang aplikatif, sederhana dan mudah, karena pelaku sektor UMKM memiliki karakteristik yang bersifat spesifik dan unik. Keberadaan sentra UMKM di lima kota ini memiliki peran yang strategis bagi perekonomian Jawa Timur mengingat pelaku sektor ini melibatkan berbagai strata kehidupan masyarakat baik dari lapisan bawah, menengah sampai lapisan atas, khususnya masyarakat yang berdomisili di pedesaan dan sepanjang pesisir pantai, namun potensi yang cukup besar ini masih belum didukung oleh pengelolaan sentra UMKM dan pemberdayaan masyarakat secara memadai dan selaras dengan karakteristik masyarakatnya, oleh karena itu diperlukan peran *stakeholder* agar turut memainkan peranannya dalam upaya pengembangan pemberdayaan masyarakat sentra UMKM yang mandiri, modern dan terbuka sehingga sentra UMKM dapat menjadi kekuatan ekonomi alternatif di tengah-tengah persaingan masyarakat ekonomi Asean yang kian nyata dan transparan.

Sentra UMKM juga menghadapi kendala dalam pemberdayaan masyarakat, diantaranya adalah: (a) aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan, (b) aspek keuangan (c) aspek aset rumah tangga, (d) aspek interaksi sosial, (e) aspek Inovasi produk (f) aspek

kelembagaan dan (g) aspek strategi pemasaran produk Delapan ¹ aspek tersebut sampai saat ini belum memperoleh solusi secara holistik baik dari kalangan birokrasi/pemerintah, perguruan tinggi dan penggiat UMKM, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian agar mampu “merumuskan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM yang efektif, sehingga mendorong pengembangan sentra UMKM dan memberi kontribusi riil terhadap pengentasan kemiskinan sekaligus dapat meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan bagi warga pesisir pantai di Jawa Timur”. Lokasi Penelitian ini dilakukan pada kelompok sentra UMKM dan warga pesisir pantai yang tersebar pada lima wilayah kota dan kabupaten di Jawa Timur yaitu Sidoarjo, Surabaya, Gresik, Lamongan dan Tuban.

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.

Kelima 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 pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM yang efektivitas, sehingga mampu memberi kontribusi yang riil bagi pengembangan sentra UMKM dalam meningkatkan kemandirian usaha dan kesejahteraan bagi masyarakat di Jawa Timur”. Lokasi Penelitian ini dilakukan pada sentra UMKM yang tersebar pada lima wilayah kota dan kabupaten di Jawa Timur (Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan dan Tuban). Pemilihan lokasi penelitian ini pada dasarnya adalah wilayah pesisir pantai. Supeni dan Sari (2011) menemukan bahwa manajemen usaha kecil dari usaha para dampingan Pusat Studi Wanita Universitas Muhamadiyah Jember secara garis besar meliputi empat aspek sebagai berikut: 1) Keuangan 2) Produksi/Operasional 3) Pemasaran 4) Sumber daya manusia. Karena seringkali pelaku UMKM masuk karena faktor ketidaksengajaan sehingga pelaku tidak memiliki pengetahuan yang memahami tentang bagaimana menjalankan usaha.

Pelaku UMKM perlu memiliki pengetahuan manajemen sehingga memiliki keluasaan wawasan dalam manajemen usahanya. Setiarso (2006) mengemukakan bahwa terdapat sejumlah faktor yang diperlukan untuk kesuksesan penerapan strategi *Knowledge Management* sebagai berikut : 1)

Scanning lingkungan, 2) Kondisi dan praktek bisnis, 3) Operasional Pesaingnya, 4) Memasukkan Knowledge sebagai asset 5) Budaya perusahaan 6) pengelolaan asset perusahaan.

Manat Rahim dkk, 2014, mengemukakan bahwa model pemberdayaan masyarakat di wilayah pesisir adalah pemberdayaan ekonomi keluarga dari 12 responden berhasil 10 responden atau sekitar 93,33% dalam peningkatan pendapatan keluarga dan tidak berhasil sebesar 16,67%, sedangkan model pemberdayaan usaha produktif petani dari 46 responden yaitu 36 responden atau sekitar 78,26% berhasil meningkatkan pendapatan rumah tangga dan sisanya sebesar 21,74% belum dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga. Hal ini disebabkan karena etos kerja serta jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh responden masih sangat lemah. Disatu sisi pemberdayaan ekonomi sangat ditentukan oleh jenis usaha dan fasilitas yang dimiliki sementara pendekatan pendampingan banyak dilakukan oleh responden nelayan dengan kegiatan usaha nelayan dan pengelolaan hasil-hasil perikanan sehingga tingkat keberhasilan sebesar 55% dan tidak berhasil 45% hal ini disebabkan usaha nelayan sangat ditentukan oleh iklim atau cuaca untuk berproduksi.

Landy A Senduk dkk, 2017, yang menyatakan bahwa peran pemerintah dalam memberdayakan UMKM dalam pembangunan ekonomi masyarakat sangat berpengaruh dikarenakan pertumbuhan perekonomian masyarakat pesisir pantai.

Derta Rahmanto dkk, 2016, yang menyatakan bahwa Model pemberdayaan yang bertujuan membangun kemandirian nelayan dapat dilaksanakan dengan kerjasama dan partisipasi masyarakat. Perlu sinergitas antara peran pemerintah baik aparat kelurahan dan instansi yang terkait, LSM yang peduli ataupun perusahaan atau kampus maupun masyarakat itu sendiri. Disamping itu terdapat factor pendukung dan factor penghambat yang harus

diperhatikan dan dicarikan solusinya. Faktor pendukung diantaranya : sudah terbangun konsep kesadaran dalam melakukan segala macam kegiatan yang sesuai dengan hukum yang ada, potensi wisata, dan produksi perikanan, aparat kelurahan yang cukup aktif dan kesiapan SDM untuk memotivasi diri dan menerima pendampingan serta berbagai pelatihan. Adapun faktor penghambat antara lain : terbatasnya modal, faktor prasarana, kurangnya daya minat beli masyarakat.

1.2. Perumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah Pemberdayaan Masyarakat yang diterapkan oleh kelompok sentra UMKM yang berada, pada kawasan pesisir pantai di Jawa Timur (Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan, Tuban) ?
2. Bagaimanakah pola Pemberdayaan Masyarakat yang diterapkan oleh kelompok sentra UMKM yang berada pada kawasan pesisir pantai di Jawa Timur (Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan, Tuban) ?
3. Bagaimanakah merumuskan Model Pemberdayaan Masyarakat yang efektif bagi kelompok sentra UMKM yang berada pada kawasan pesisir pantai jawa timur (Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan, Tuban) ?

1.3. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dalam penelitian ini adalah "Pemberdayaan masyarakat yang berada pada kawasan pesisir pantai di Jawa Timur". Sedangkan target akhir dan penelitian ini adalah menjadikan sentra UMKM sebagai kekuatan ekonomi yang mandiri dan mampu berkontribusi riil terhadap pengentasan kemiskinan dan kesejahteraan bagi warga pesisir pantai. Adapun langkah untuk mencapai tujuan khusus tersebut harus dilakukan melalui tahapan tujuan penelitian berikut:

14. Tujuan Umum

1. Mengidentifikasi karakteristik pemberdayaan masyarakat yang terlibat dalam pengembangan Sentra UMKM pada kawasan pesisir pantai di Jawa Timur
2. Memetakan pola pemberdayaan masyarakat yang terlibat dalam pengembangan Sentra UMKM pada kawasan pesisir pantai di Jawa Timur
3. Merumuskan model pemberdayaan masyarakat yang efektif dalam pengembangan Sentra UMKM pada kawasan pesisir pantai di Jawa Timur

15. Manfaat Penelitian

Sektor 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/ kabupaten, 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 UMKM dan sentra UMKM belum cukup memadai, oleh karena itu perlu dirumuskan model pemberdayaan masyarakat pesisir pantai dan sentra UMKM secara *terintegrated*.

UMKM mampu menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri dan memberi kontribusi riil dalam pengentasan kemiskinan. Langkah langkah yang dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik manajemen sentra UMKM,
2. Mengidentifikasi karakteristik pemberdayaan masyarakat sentra UMKM
3. Mengidentifikasi karakteristik ekonomi warga pesisir dalam pengentasan kemiskinan.

Hasil identifikasi diatas dapat dirumuskan model pemberdayaan masyarakat dalam sentra UMKM yang efektif bagi warga pesisir, model

pemberdayaan warga masyarakat pesisir, dalam sentra UMKM yang aplikatif sesuai dengan karakteristik pelaku usaha 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 sentra UMKM warga pesisir di Indonesia, khususnya Jawa Timur, oleh karena itu pengembangan model Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir pantai di **Sentra UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur**, yang antara lain terletak di lokasi **kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kabupaten Gresik, kabupaten Lamongan, dan kabupaten Tuban** yang memiliki nilai strategis ini harus dikembangkan secara holistik dan berkesinambungan agar mampu memberi kontribusi riil pemberdayaan masyarakat dalam pengentasan kemiskinan warga pesisir,
2. **Pelaku usaha UMKM** yang ada di **Sentra UMKM** masing-masing lokasi penelitian dalam mengimplementasikan model pemberdayaan masyarakat pesisir pantai pada 5 lokasi kabupaten/kota yang ada di Jawa Timur,
3. Merumuskan **Pengembangan Model Pemberdayaan Masyarakat** warga pesisir **dalam rangka pengentasan kemiskinan warga pesisir di Jawa Timur**.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1. Objek Penelitian

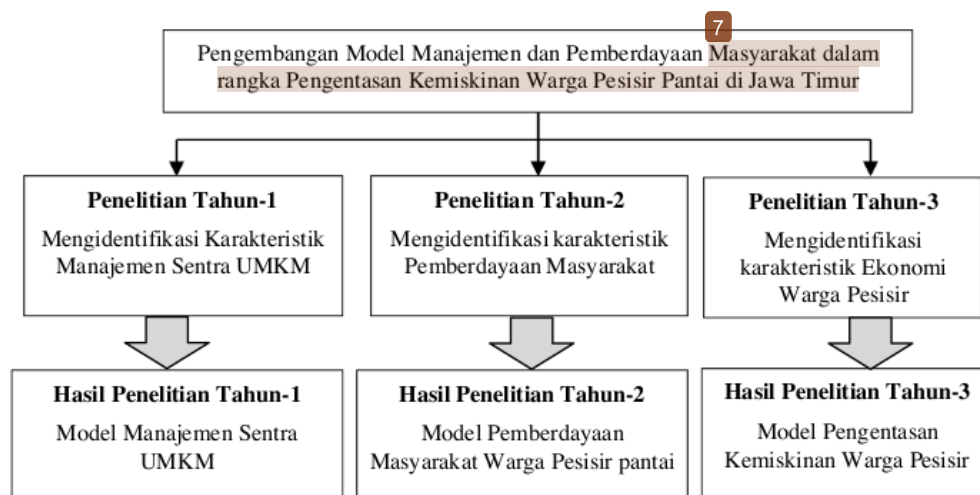
Penelitian ini menggunakan metode survei yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang jumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Ada dua tipe utama pengumpulan data yang digunakan untuk metode survei, yakni kuesioner dan wawancara (*interview*) (Silalahi, 2009: 293). Penelitian ini mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Metode kuesioner atau angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden (Bungin, 2017: 133).

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan memadukan metode kuantitatif. Wiratha (2006) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mengungkapkan suatu masalah, keadaan atau peristiwa dan bersifat mengungkap fakta (*fact finding*). Sedangkan Natsir (1998) mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti secara sistematis, aktual dan akurat.

Obyek dalam penelitian ini adalah model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM wilayah pesisir yang berada di 5 wilayah kabupaten/kota di Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kabupaten Gresik, kabupaten Lamongan, dan kabupaten Tuban. 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).

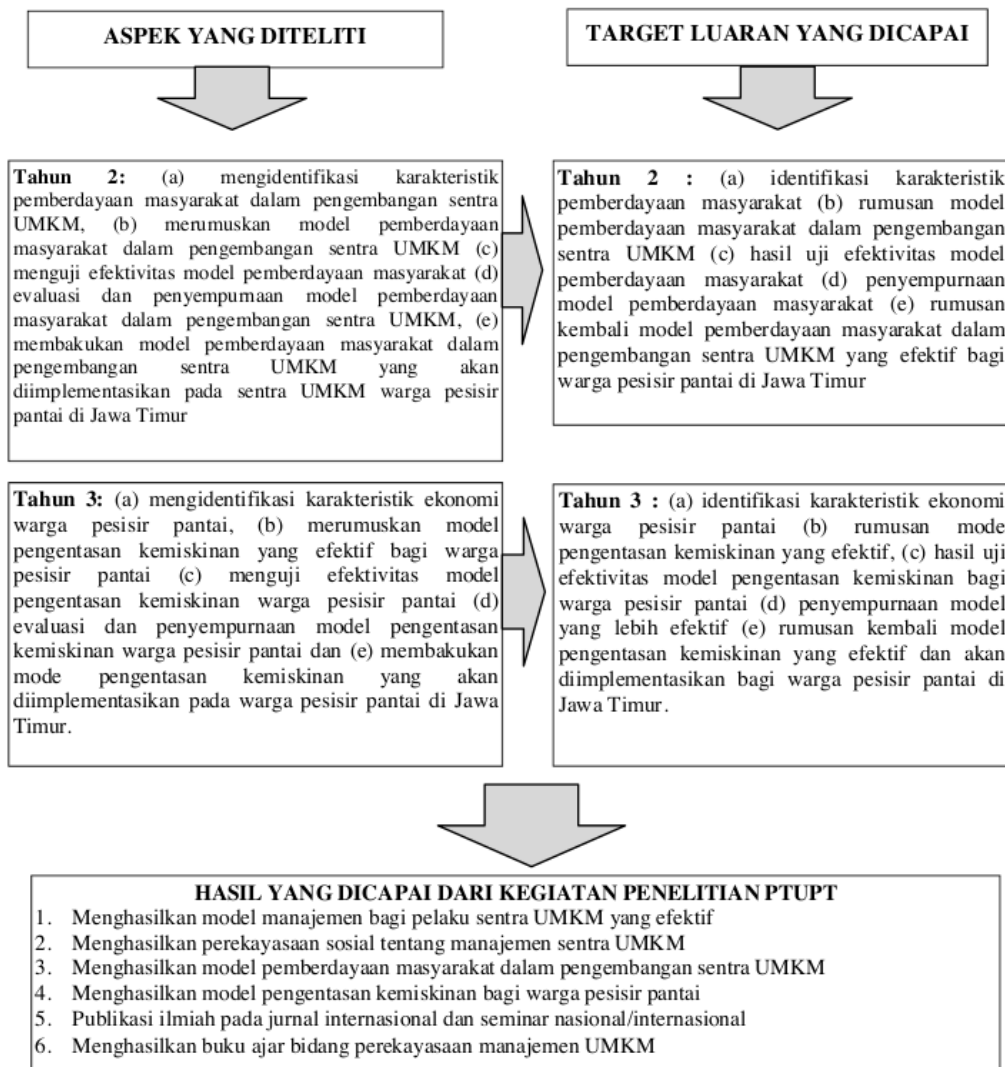
Penentuan dan pemilihan fokus pengamatan dalam penelitian ini akan dapat mengarahkan peneliti pada sasaran target yang diinginkan dalam penelitian, yakni: merumuskan model Pemberdayaan Masyarakat dalam mengembangkan sentra UMKM wilayah pesisir pantai secara *terintegrated* melalui pemberdayaan masyarakat pesisir diharapkan mampu menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri dan memberi kontribusi riil dalam pengentasan kemiskinan.

Research dan action research Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi akan dilakukan pada kegiatan sentra UMKM yang berada di wilayah pesisir pada lima kabupaten/kota di Jawa Timur dengan skema penelitian sebagaimana ditampilkan dalam gambar 2.1:



Gambar 2.1. Action Research Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi

Penelitian harus menggambarkan tahapan secara detail, lengkap dan utuh agar menggambarkan tingkat capaian sesuai dengan yang direncanakan selama kurun waktu dua tahun dengan tahapannya sebagaimana yang ditampilkan pada gambar 4.2 sebagai berikut:



Gambar 2.2 : Diagram Sistematika Penelitian

Adapun pelaksanaan penelitian yang meliputi rancangan, metode dan indikator yang dicapai dapat diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1. Rancangan Metode Rumusan Model

Aspek yang Diteliti	Rancangan Penelitian	Metode Penelitian	Indikator Capaian
a. Mengidentifikasi karakteristik pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM.	Desain kuesioner untuk mengidentifikasi pola pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM.	Menentukan sampel 55 warga pesisir pantai di Jawa Timur sebagai responden, guna identifikasi pola pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM.	Dapat diidentifikasi pola pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM.
b. Merumuskan model pemberdayaan masyarakat yang efektif dalam pengembangan sentra UMKM	Merumuskan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM yang efektif di Jawa Timur.	Menentukan penilaian jawaban responden atas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM dengan kriteria tertentu agar dapat dipilih model yang efektif.	Dapat dirumuskan suatu model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM yang efektif di Jawa Timur.
c. Menguji efektivitas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM	Menentukan sampel warga pesisir pantai untuk menguji tingkat efektivitas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM.	Menentukan 35 warga pesisir pantai dari lima kabupaten dengan cara acak untuk dijadikan sampel pengujian atas tingkat efektivitas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM.	Dapat diketahui tingkat efektivitas rumusan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM di Jawa Timur.
d. Evaluasi dan penyempurnaan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM	Melakukan evaluasi dan perbaikan efektivitas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM yang telah diujikan pada warga pesisir pantai.	Melakukan evaluasi atas efektivitas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM melalui FGD dari kelompok akademisi/ masyarakat/birokrasi.	Dapat diidentifikasi kelemahan model dan melakukan penyempurnaan model melalui <i>focus group discussion</i> dan dirumuskan model pemberdayaan masyarakat yang baru.
e. Membakukan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM yang akan diimplementasikan.	Melakukan penyempurnaan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM dan sosialisasi model pada warga pesisir pantai di Jawa Timur.	Merumuskan perbaikan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM serta melakukan sosialisasi model pada kelompok warga pesisir pantai di Jawa Timur.	Dilakukan penyempurnaan rumusan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM yang efektif sesuai dengan karakteristik warga pesisir pantai di Jawa Timur.

Deskripsi kegiatan penelitian terapan unggulan perguruan tinggi pada tahun pertama dapat dijabarkan secara detail sebagai berikut.

2.2. Deskripsi Kegiatan Penelitian

- a. Identifikasi Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap pola pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM warga pesisir pantai dengan mendesain kuesioner yang menekankan pada aspek pemberdayaan masyarakat. Kuesioner akan disebarakan kepada 55 warga pesisir pantai di lima kota/kabupaten secara acak sehingga dapat diidentifikasi pola pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh warga pesisir pantai di Jawa Timur.
- b. Merumuskan model pemberdayaan masyarakat yang efektif
Tahap ini diawali dengan memetakan karakteristik pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM, selanjutnya memberi bobot nilai pada setiap indikatornya, sehingga dapat dirumuskan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM yang efektif sesuai dengan kondisi dan karakteristik warga pesisir pantai di Jawa Timur.
- c. Pengujian efektivitas model pemberdayaan masyarakat
Tahap ini diawali dengan menentukan 35 warga pesisir pantai di lima kota/kabupaten di Jawa Timur dengan cara dipilih sebagai sampel untuk pengujian model, dengan tujuan memperoleh gambaran mengenai tingkat efektivitas model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM yang sesuai karakteristik warga pesisir pantai di Jawa Timur.
- d. Evaluasi efektivitas model pemberdayaan masyarakat
Tahap ini melakukan kajian dan mengidentifikasi kelemahan efektivitas model pemberdayaan masyarakat dengan melakukan evaluasi secara

mendalam terhadap sikap/persepsi 10 warga pesisir pantai melalui *focus group discussion* (FGD) dari kalangan akademisi, masyarakat dan birokrasi untuk mengetahui kekurangannya dan merumuskan kembali model baru.

- e. Membakukan model pemberdayaan masyarakat dan implementasinya
Melakukan rumusan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM yang lebih tepat dan aplikatif sesuai dengan karakteristik warga pesisir pantai. Hasil rekomendasi dari *focus group discussion* menjadi rujukan dalam merumuskan model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentry UMKM bagi warga pesisir pantai di Jawa Timur.

2.3. 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 masyarakat yang berada disekitar wilayah pesisir yang menjadi obyek pengembangan sentra UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kabupaten Gresik, kabupaten Lamongan, dan kabupaten Tuban.

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 masyarakat sekitar pesisir sentra UMKM yang ada di 5

wilayah Provinsi Jawa Timur yang 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 pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM warga pesisir di Jawa Timur.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah : (a) mengidentifikasi karakteristik Pemberdayaan masyarakat sentra UMKM, (b) merumuskan model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM yang efektif, (c) pengujian efektivitas model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM, (d) evaluasi dan penyempurnaan model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM, (e) Membakukan model pemberdayaan masyarakat dan implementasinya pada masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, dengan fokus kajian yang terkait dengan pengembangan pemberdayaan masyarakat pesisir pantai dan sentra UMKM dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir di Jawa Timur.

Tabel 2.2
Desain Instrumen Penelitian

1. Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK	CATT
1.	Apakah di kelurahan /desa Bapak/Ibu pernah dilakukan Sosialisasi tentang cara memberdayakan masyarakat di sekitar pantai dari hasil laut pesisir pantai.			
2.	Apakah ada keterlibatan dari Pihak Pemerintah daerah Setempat, Kelurahan, Kecamatan, kampus, LSM untuk mensosialisasikan pemberdayaan masyarakat yang berkaitan dengan			

	peningkatan hasil yang diperoleh dari laut pesisir pantai.			
3	Apakah Ada Program yang langsung dari Pemerintah Daerah untuk memberdayakan masyarakat pesisir.			
4.	Apakah pengelolaan sumberdaya dan fasilitas dalam pemberdayaan masyarakat pesisir sudah memadai dan sesuai dengan keinginan masyarakat setempat.			
5.	Apakah pernah memberikan masukan atau gagasan kepada pemerintah daerah untuk memberdayakan masyarakat pesisir.			
6.	Apakah ada inisiatif untuk menggerakkan masyarakat setempat di wilayah pesisir untuk merespon pelaksanaan pemberdayaan masyarakat pesisir			
7.	Apakah Bapak/Ibu turut dalam keikutsertaan menentukan prioritas program pemberdayaan masyarakat pesisir di wilayah setempat			

Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti

1.1 Keuangan

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK	CATT
1.	Apakah usaha yang Bapak/Ibu lakukan menggunakan modal sendiri dan seadanya			
2.	Apakah Usaha yang Bapak Ibu lakukan menggunakan modal pinjaman yang sesuai prosedur (Bank/Koperasi)			
3	Apakah dalam memberdayakan masyarakat pesisir ada kendala dalam hal permodalan			
4.	Apakah dalam memberdayakan masyarakat pesisir ada kendala dalam hal permodalan modal yang diajukan sesuai dengan kebutuhan			
5.	Apakah Pernah dilakukan Pelatihan tentang pengelolaan keuangan sederhana dalam pemberdayaan masyarakat pesisir			
6.	Apakah Pernah dilakukan Pelatihan tentang cara membuat/menyusun rencana bisnis yang benar dalam pemberdayaan masyarakat pesisir			
7.	Apakah Pernah dilakukan Pelatihan tentang cara mengajukan pinjaman ke Bank/Koperasi yang benar dalam pemberdayaan masyarakat pesisir			
8.	Apakah Bapak/Ibu mendapat pengalaman baru dalam mengembangkan usahanya yang lebih baik			

9.	Apakah Bapak/Ibu pernah berkonsultasi dengan pihak Pemerintah Daerah, Dinas Terkait dalam mengembangkan usaha yang berkaitan dengan kebutuhan dana			
10.	Apakah Bapak/Ibu pernah melakukan magang untuk mendapat pengetahuan dan pengalaman usaha yang berguna pada saat memulai usaha yang mandiri			
11	Apakah Bapak/Ibu Pernah berkonsultasi setiap kali menghadapi kesulitan dengan pihak terkait dalam usaha dan mendapat umpan balik sesuai dengan harapan			
12	Apakah Bapak/Ibu Pernah mendapatkan kegiatan pendampingan dalam menyusun laporan keuangan dalam pengembangan usaha			
13	Apakah usaha yang Bapak /Ibu lakukan ada pihak –pihak yang memonitor perkembangan usaha dan merekomendasikan untuk perbaikan ke depan			
14	Apakah hasil dari rekomendasi kemajuan usaha tersebut Bapak/Ibu Gunakan untuk memotivasi diri agar lebih baik lagi			
15	Apakah hasil dari rekomendasi tersebut sesuai dengan rencana usaha yang dilakukan			

Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti

1.2. Inovasi Produk

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK	CATT
1.	Apakah usaha yang Bapak /Ibu lakukan pernah mencoba produk baru yang sesuai dengan keinginan konsumen			
2.	Apakah Usaha yang Bapak Ibu lakukan mengembangkan jumlah varian nya dari bahan baku yang sama			
3	Apakah dalam memberdayakan masyarakat pesisir pernah mendapatkan pelatihan tentang cara mengolah produk dari bahan baku yang berasal dari laut pesisir pantai			
4.	Apakah dalam memberdayakan masyarakat pesisir pantai pernahkah mendapat pelatihan tentang inovasi produk dari pemerintah Daerah, kecamatan, kelurahan, dan akademisi			
5.	Apakah Bapak/Ibu pernah mengajukan ke Pemerintah daerah, kecamatan, kelurahan, akademisi untuk diadakan pelatihan inovasi produk			
6.	Apakah Produk yang Bapak/Ibu tawarkan berbeda dengan produk pada wilayah pesisir di wilayah lain			
7.	Apakah Ada produk unggulan yang ditawarkan di wilayah Bapak/Ibu tinggal			
8.	Apakah Bapak/Ibu berkeinginan untuk melaksanakan Inovasi produk yang			

	dihasilkan untuk mengunggulkan produk dari pesaing			
9.	Apakah Bapak/Ibu sudah merasa puas dengan produk yang diolah sendiri dan dijual			

Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti

1.3. Pemasaran Produk

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK	CATT
1.	Apakah Bapak/Ibu Pernah diberi pelatihan memasarkan produk yang dihasilkan dari Pemerintah daerah, kecamatan, kelurahan, akademisi atau pihak lain.			
2.	Apakah Bapak/Ibu berkeinginan untuk diberi pelatihan memasarkan produk			
3	Apakah Produk yang Bapak/Ibu Hasilkan sudah diberi merek dan didaftarkan pada dinas terkait			
4.	Apakah Produk yang Bapak/Ibu hasilkan halal dan sudah terdaftar di MUI			
5.	Apakah Bapak/Ibu pernah melakukan promosi penjualan untuk merangsang konsumen membeli lebih banyak lagi dengan memberi potongan, voucher dan kupon undian			
6.	Apakah Bapak/Ibu menjalin hubungan baik dengan kolega, masyarakat sekitar			

7.	Apakah Bapak/Ibu melakukan Komunikasi yang baik untuk mempengaruhi persepsi dan opini masyarakat terhadap usaha yang dilakukan			
8.	Apakah ada dukungan dari pemerintah daerah tentang pemasaran produk			
9.	Apakah Ada Informasi Jaringan untuk menambah relasi konsumen			
10.	Apakah ada fasilitas pemasaran produk dari pemerintah daerah, kecamatan, kelurahan			
11	Apakah Bapak/Ibu berkeinginan untuk diberikan pelatihan memasarkan Produk yang disesuaikan dengan kondisi saat ini.			

Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti

2. Aset Rumah Tangga

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK	CATT
1.	Apakah selama Bapak/Ibu usaha di wilayah pantai pesisir menggunakan modal sendiri			
2.	Apakah Selama Bapak/Ibu usaha di wilayah pantai pesisir menggunakan modal pinjaman			
3	Apakah ada pihak lain yang menawarkan pinjaman modal usaha			
4.	Apakah Bapak/Ibu tertarik dengan pinjaman dari rentenir yang tidak berprosedur			

5.	Apakah Bapak/Ibu tertarik dengan pinjaman yang menggunakan prosedur dari Bank Pemerintah			
6.	Apakah Bapak/Ibu berkenan untuk mendapatkan pelatihan, pendampingan dalam penggunaan modal usaha			
7.	Apakah Bapak /Ibu berkenan untuk dievaluasi penggunaan modal untuk kemajuan kedepannya			
8.	Apakah Bapak/Ibu berkenan untuk dievaluasi untuk meningkatkan asset yang dimiliki			

Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti

3. Interaksi Sosial

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK	CATT
1.	Apakah Pemerintah daerah setempat pernah mensosialisasikan tentang rencana pelaksanaan pemberdayaan masyarakat di desa setempat			
2.	Apakah Pemerintah daerah setempat pernah mensosialisasikan manfaat dari pemberdayaan masyarakat pesisir ditempat Bapak/Ibu tinggal			
3	Apakah Pemerintah Daerah Setempat pernah mensosialisasikan agenda yang akan dibahas dalam memberdayakan masyarakat pesisir ditempat Bapak/Ibu tinggal			

4.	Apakah Pemerintah Daerah setempat pernah mensosialisasikan pengelolaan sumberdaya dan fasilitas dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat			
5.	Apakah Pemerintah Daerah setempat pernah mensosialisasikan kemampuannya mengakomodir gagasan/ usulan dari masyarakat pesisir			
6.	Apakah Pemerintah Daerah setempat ikut beserta dalam pemberdayaan masyarakat pesisir dan membangun desa menjadi lebih baik			
7.	Apakah Pemerintah daerah setempat ikut serta dalam pemberdayaan desa pantai pesisir sesuai dengan kebutuhan masyarakat			
8.	Apakah Pemerintah daerah Setempat ikut serta dalam memberikan masukan tentang rencana yang telah dirumuskan dalam pemberdayaan masyarakat desa pantai pesisir			

Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti

4. Kelembagaan

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK	CATT
1.	Apakah dalam memotivasi pemberdayaan masyarakat pesisir ada keterlibatan Akademisi dalam hal ini kampus-kampus untuk memajukan masyarakat Desa setempat			
2.	Apakah dalam memotivasi pemberdayaan masyarakat pesisir ada keterlibatan Government dalam hal ini dinas-dinas terkait untuk memajukan masyarakat Desa setempat			
3	Apakah dalam memotivasi pemberdayaan masyarakat pesisir ada keterlibatan Pelaku usaha untuk memajukan Desa setempat			
4.	Apakah Pernah dilakukan Sosialisasi tentang cara mengajukan SIUP (Surat ijin Usaha Perdagangan)			
5.	Apakah Pernah dilakukan Sosialisasi tentang cara mengajukan NPWP (Nomer pokok wajib pajak)			
6.	Apakah Pernah dilakukan Sosialisasi tentang AMDAL (analisis mengenai dampak lingkungan)			
7.	Apakah Pernah dilakukan Sosialisasi tentang IMB (ijin mendirikan bangunan)			
8.	Apakah Pernah dilakukan Sosialisasi tentang cara perhitungan Pajak Penghasilan			

Sumber : Dikembangkan oleh Peneliti

5. Strategi Pemasaran

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK	CATT
1.	Apakah harga untuk produk yang sama yang Bapak/Ibu tawarkan lebih murah, kualitas lebih baik dengan pesaingnya			
2.	Apakah Model produk yang ditawarkan memiliki Ciri khas			
3	Apakah Produk yang ditawarkan mengikuti sera dari konsumen			
4.	Apakah jenis produk yang ditawarkan selalu berinovasi dan bervariasi			
5.	Apakah Produk yang ditawarkan menggunakan bahan yang aman, sehat, halal, bersih dan tidak mudah rusak			
6.	Apakah produk yang ditawarkan di jual di tempat khusus (sentra UMKM)			
7.	Apakah produk yang dihasilkan dijual di pasar tradisional			
8.	Apakah Produk yang ditawarkan dipromosikan melalui Pameran			
9.	Apakah produk ditawarkan dipromosikan melalui, internet, Marketplace, media FB, Line, WA			
10.	Apakah Produk yang ditawarkan dipromosikan melalui Hotline untuk keluhan pelanggan			

Dalam melakukan penelitian ini, yang digunakan sebagai sampel penelitian adalah masyarakat yang berada disekitar wilayah pesisir⁵ dan sentra UMKM yang ada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kabupaten Gresik kabupaten Lamongan, dan kabupaten Tuban, 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 belum memiliki pengalaman usaha di atas 5 tahun
- 3) Responden dalam penelitian ini diambil dari beberapa masyarakat pesisir pantai yang berada di sekitar⁵ sentra UMKM yang ada pada 5 wilayah di Provinsi Jawa Timur.
- 4) Responden dalam penelitian ini diambil dari masyarakat pesisir pantai yang belum mempunyai pekerjaan tetap pada usia produktif.

2.4. Sumber Data

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

1) Data Primer

³ 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

masyarakat pesisir pantai disekitar sentra UMKM yang ada di masing-masing wilayah

2) Data Sekunder

³ 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, Dinas Pemberdayaan masyarakat, Kantor Kecamatan, Kantor Kelurahan, Tokoh Masyarakat yang tinggal disekitar pesisir pantai yang ada pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur, ³ Badan Pusat Statistik, internet, serta literatur-literatur berupa buku maupun jurnal yang dapat mendukung penelitian.

³ 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, Dinas Pemberdayaan Masyarakat, Badan Pusat Statistik, dan lainnya.

³ 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 diajukan 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 antara masyarakat pesisir pantai dengan para pelaku usaha dan sentra UMKM. Dalam kuesioner ini, skor diukur dengan menggunakan skala Arikunto. 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.

Menurut Arikunto (2010) skala pengukuran dilakukan skor setiap pilihan berdasarkan tingkatan sikap pengetahuan yaitu (1) berpengetahuan kurang jika jawaban ya kurang dari 56%, (2) pengetahuan cukup jika jawaban ya 56% - 75% dan (3) baik jika jawaban ya 76-100%. Untuk interpretasi data, diprosentasikan dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{Skor Total}} \times 100.0\%$$

Setelah data diprosentasekan, maka hasil penelitian akan menggunakan tingkat sikap pengetahuan sebagai berikut :

Tabel 2.3
Kriteria Skor

Skor	Kriteria
< 56%	Kurang
56-75%	Cukup
76-100%	Baik

Sumber : Arikunto (2010)

2.5. 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 pemberdayaan masyarakat pesisir pantai di sekitar sentra UMKM di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kabupaten Gresik, kabupaten Lamongan, dan kabupaten Tuban, yang meliputi pengamatan, tempat/lokasi usaha, penyelenggara usaha, produk yang dijual, memasarkan produk yang dijual, modal usaha, dan keterlibatan Dinas terkait.
- 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 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, Dinas Pemberdayaan masyarakat dan Desa, Kecamatan, Kelurahan, Tokoh Masyarakat dan para pelaku usaha UMKM yang berada di 5 wilayah Provinsi Jawa Timur, yakni kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kabupaten Gresik kabupaten Lamongan, dan kabupaten Tuban yang memang

dipandang layak untuk sumber penggalian data maupun informasi terkait dengan masalah dan tujuan penelitian, dari tokoh masyarakat setempat.

2.6. Tempat / Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan di lima kecamatan dari 5 kabupaten yaitu Tuban, Lamongan, Gresik dan Sidoarjo dan Kota Surabaya, dari lima lokasi penelitian tersebut peneliti mengambil masing-masing lokasi satu desa dalam satu kecamatan yaitu : 1) Desa Lerang Kulon kecamatan Palang Kabupaten Tuban, 2) Desa Brondong Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan, 3) Desa Lumpur Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik, 4) Desa Bulak Kecamatan Bulak Kota Surabaya, 5) Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Sidoarjo. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kelima Desa dari kelima kecamatan dan Lima Kota tersebut berada di Wilayah pesisir lokasi Penelitian tersebut termasuk Desa yang memiliki wilayah pesisir, dengan jumlah KK terbesar dimana wilayah pesisir ini terletak pada lokasi yang relatif terpencil sehingga sangat diperlukan upaya pemberdayaan bagi kelompok usaha produktif di wilayah tersebut.

Unit analisis (sampel) dalam penelitian tersebut adalah masyarakat yang tinggal disekitar pesisir pantai yang sesuai dengan dasar pertimbangan peneliti yang menggunakan *purposive sampling* Di wilayah pesisir Bulak, Tambak Cemandi, Lumpur, Brondong dan Desa Lereng Kulon,

Tabel 2.4
Sampel Penelitian

No.	Daerah	Jumlah Sampel
1	Desa Bulak, Surabaya	11 orang
2	Desa Tambak Cemandi, Sidoarjo	11 orang
3	Desa Brondong, Lamongan	11 orang
4	Desa Leren Kulon, Tuban	11 orang
5	Desa Lumpur, Gresik	11 orang
Total		55 orang

Sumber : Peneliti (2019)

2.7. Teknik Analisis Data

8

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 dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian (Silalahi, 2009: 331). Silalahi juga menjelaskan, analisis data adalah proses penyederhanaan data dan penyajian data dengan mengelompokkannya dalam suatu bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasi. Data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dianalisa dengan menggunakan metode statistik dengan bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan generalisasi (Sugiyono, 2016: 147).

Untuk mengetahui efektif tidaknya sikap pengetahuan responden dari penerapan model Pemberdayaan masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, dengan menggunakan Skor T (Azwar, 2015).

$$\text{Rumus Skor T} = 50 + 10 (X_i - \bar{X}) / \text{std}$$

Keterangan :

X_i : Skor Jawaban Responden

$\bar{X}$: Nilai rata-rata kelompok jawaban responden

Std : Standart deviasi (Simpangan Baku Kelompok)

Kategori keputusan :

- Model Efektif, Jika Skor T > T mean
- Model Tidak Efektif, Jika Skor T < T mean

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 peneliti 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) mengidentifikasi karakteristik pemberdayaan masyarakat wilayah pesisir, (b) merumuskan model pemberdayaan masyarakat wilayah pesisir (c) pengujian efektivitas model pemberdayaan masyarakat wilayah pesisir, (d) evaluasi dan penyempurnaan model pemberdayaan masyarakat wilayah pesisir, (e) Membakukan model

pemberdayaan masyarakat wilayah pesisir dan implementasinya pada sentra UMKM warga pesisir pantai di Jawa Timur, dengan focus kajian yang terkait dengan pengembangan model pemberdayaan masyarakat dalam rangka pengentasan kemiskinan warga pesisir di Jawa.

10

2.8. Metode Pengumpulan Data Penelitian

Metode pengumpulan data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. **Kuesioner tertutup**, yaitu kuesioner atau angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut (Bungin, 2017: 133)
2. **Wawancara mendalam (*Indepth Interview*)** dilakukan agar didapat gambaran yang lengkap dan utuh mengenai berbagai potensi ekonomis, peluang dan tantangan yang dihadapi oleh kaum perempuan dalam menyelenggarakan kegiatan kelompok usaha produktif.
3. **Diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion*)** teknik ini dilakukan dengan melibatkan informan secara kognitif dan emosional dalam forum atau kesempatan terarah dengan pertimbangan bahwa kelompok usaha produktif perempuan memiliki karakteristik unik dimana mereka harus mampu bekerja sama antar anggota untuk menjalankan bisnis bersama disisi lain mereka tetap dituntut untuk menjalankan kewajiban sebagai ibu rumah tangga yang relatif dapat mengurangi ruang gerak dalam melaksanakan bisnis secara maksimal. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tentang pandangan, persepsi dan sikap mereka terhadap wirausaha perempuan, kendala yang dihadapi mereka dalam menjalankan kelompok usaha produktif secara mandiri dan berkelanjutan. Diskusi ini dilakukan dengan ketua dan anggota kelompok usaha produktif, lembaga keswadayaan masyarakat dan akademis.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBYEK

3.1. Gambaran Umum Obyek

Obyek penelitian tersebut dalam merumuskan Model Pemberdayaan Masyarakat pada Sentra UMKM wilayah Pesisir Jawa Timur yang meliputi Lokasi : Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan dan Tuban. Pelaku usaha khususnya UMKM telah menginspirasi masyarakat sekitar lokasi penelitian untuk mengambil peluang yang ada melalui berbagai kegiatan usaha dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan melalui pemberdayaan masyarakat sesuai dengan program yang telah dicanangkan oleh pemerintah. Hal tersebut dapat dilakukan dengan melalui berbagai kegiatan usaha seperti : Kuliner Souvenir, hasil olahan ikan laut maupun ikan laut segar atau kebutuhan yang lain.

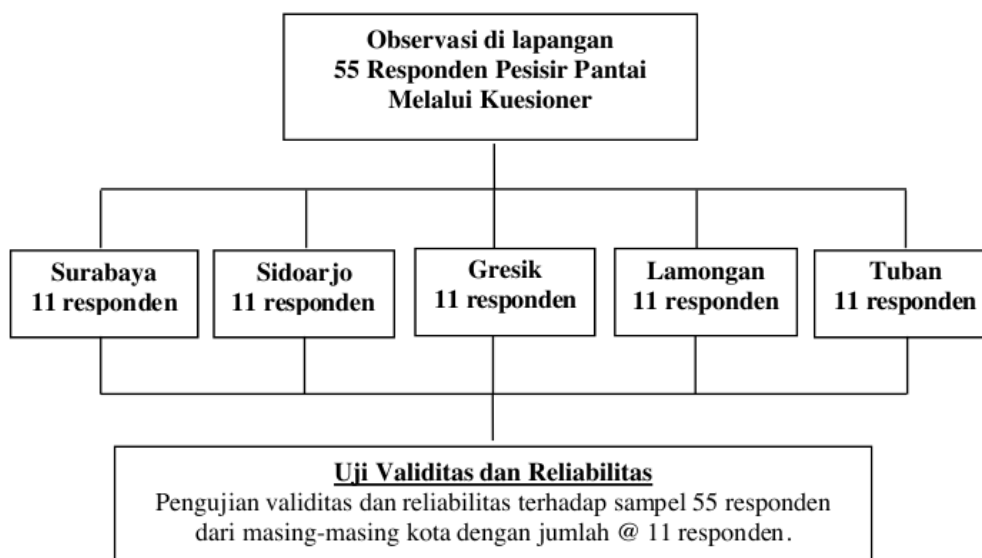
Pada Lokasi penelitian yang juga menjadi obyek penelitian selayaknya pelaku usaha mampu memahami setiap pengunjung yang datang, memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhannya melalui penyediaan barang maupun jasa melebihi dari yang diinginkan oleh pengunjung atau Konsumen inginkan. Hal tersebut memberikan suatu gambaran bahwa lokasi penelitian yang berada di wilayah pesisir pantai memiliki keterikatan antara pelaku usaha dengan pengunjung/konsumen.

Interaksi antara pengunjung dan penjual tentunya memiliki preferensi apa yang diinginkan pengunjung oleh karena itu pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM pada wilayah pesisir pantai harus relevan dengan apa yang dikehendaki oleh pengunjung. Untuk itu peran Stakeholders menjadi penting dalam mengembangkan usaha dan harus dapat menyusun program secara sinergi agar pengunjung tersebut mampu memberikan kontribusi riil bagi Pelaku Usaha, Pengunjung dan masyarakat sekitar.

3.2. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah 55 responden di pesisir pantai Jawa Timur, yang terdiri dari 11 responden di desa Bulak Surabaya, 11 responden di desa Cemandi Sidoarjo, 11 responden di desa Lumpur Gresik, 11 responden di desa Brondong Lamongan, dan 11 responden di desa Leren Kulon Tuban.

Deskripsi pengumpulan data dalam penelitian, dapat dilihat berikut :



Kegiatan penelitian tersebut adalah : melakukan identifikasi terhadap pola pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM warga pesisir pantai dengan mendesain kuesioner yang menekankan pada Pemberdayaan Masyarakat. Kuesioner akan disebarakan kepada 55 warga pesisir pantai di lima kota/kabupaten secara acak sehingga dapat diidentifikasi pola pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh warga pesisir pantai di Jawa Timur.

Kuesioner pola pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM warga pesisir pantai diukur dari 8 aspek yaitu : (1) Aspek

Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan; (2) Aspek Keuangan; (3) Aspek Pemasaran Produk; (4) Aspek Pemasaran Produk; (5) Aspek Aset Rumah Tangga; (6) Aspek Interaksi Sosial; (7) Aspek Kelembagaan; dan Aspek Strategi Pemasaran.

Setelah kuesioner disebarakan kepada 55 warga pesisir pantai di lima kota/kabupaten secara acak sehingga dapat diidentifikasi pola pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh warga pesisir pantai di Jawa Timur, maka hasil kuesioner tersebut dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner.

Untuk pengujian data dari kuesioner, akan dilakukan dengan menggunakan dua pengujian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

9

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengukur apakah kuisisioner tersebut stabil, akurat dan unsur-unsurnya homogen. Apabila validitas yang didapat semakin tinggi, maka tes tersebut semakin mengenai sasarannya dan semakin menunjukkan yang seharusnya ditunjukkan. Hasil pengujian validitas dengan perhitungan koefisien korelasi terkoreksi :

Tabel 3.1
Uji Validitas Sampel n = 55

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			r terkoreksi	r kritis	
1	Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pelatihan	PM1	0.536	0.3	Valid
2		PM2	0.519	0.3	Valid
3		PM3	0.354	0.3	Valid
4		PM4	0.095	0.3	Gugur
5		PM5	0.428	0.3	Valid
6		PM6	0.469	0.3	Valid
7		PM7	0.350	0.3	Valid
8	Aspek Keuangan	Keu1	0.220	0.3	Gugur
9		Keu2	0.482	0.3	Valid
10		Keu3	0.271	0.3	Gugur
11		Keu4	0.512	0.3	Valid

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			r _{terkoreksi}	r _{kritis}	
12		Keu5	0.686	0.3	Valid
13		Keu6	0.482	0.3	Valid
14		Keu7	0.677	0.3	Valid
15		Keu8	-0.508	0.3	Gugur
16		Keu9	0.469	0.3	Valid
17		Keu10	0.630	0.3	Valid
18		Keu11	0.610	0.3	Valid
19		Keu12	0.611	0.3	Valid
20		Keu13	0.683	0.3	Valid
21		Keu14	0.494	0.3	Valid
22		Keu15	0.376	0.3	Valid
23	Aspek Inovasi Produk	Inv1	0.685	0.3	Valid
24		Inv2	0.800	0.3	Valid
25		Inv3	0.677	0.3	Valid
26		Inv4	0.502	0.3	Valid
27		Inv5	0.591	0.3	Valid
28		Inv6	0.634	0.3	Valid
29		Inv7	0.584	0.3	Valid
30	Aspek Pemasaran Produk	Inv8	0.636	0.3	Valid
31		Inv9	0.674	0.3	Valid
32		M1	0.687	0.3	Valid
33		M2	0.446	0.3	Valid
34		M3	0.676	0.3	Valid
35		M4	0.567	0.3	Valid
36		M5	0.676	0.3	Valid
37		M6	0.743	0.3	Valid
38		M7	0.784	0.3	Valid
39		M8	0.759	0.3	Valid
40		M9	0.544	0.3	Valid
41		M10	0.645	0.3	Valid
42		M11	0.647	0.3	Valid
43	Aspek Aset Rumah Tangga	AST1	0.590	0.3	Valid
44		AST2	0.512	0.3	Valid
45		AST3	0.623	0.3	Valid
46		AST4	0.452	0.3	Valid
47		AST5	0.668	0.3	Valid

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			r _{terkoreksi}	r _{kritis}	
48		AST6	0.731	0.3	Valid
49		AST7	0.706	0.3	Valid
50		AST8	0.559	0.3	Valid
51	Aspek Interaksi Sosial	IS1	0.589	0.3	Valid
52		IS2	0.701	0.3	Valid
53		IS3	0.449	0.3	Valid
54		IS4	0.754	0.3	Valid
55		IS5	0.804	0.3	Valid
56		IS6	0.827	0.3	Valid
57		IS7	0.688	0.3	Valid
58		IS8	0.656	0.3	Valid
59	Aspek Kelembagaan	Lbg1	0.479	0.3	Valid
60		Lbg2	0.624	0.3	Valid
61		Lbg3	0.222	0.3	Gugur
62		Lbg4	0.704	0.3	Valid
63		Lbg5	0.785	0.3	Valid
64		Lbg6	0.850	0.3	Valid
65		Lbg7	0.586	0.3	Valid
66		Lbg8	0.566	0.3	Valid
67	Aspek Strategi Pemasaran	SP1	0.531	0.3	Valid
68		SP2	0.640	0.3	Valid
69		SP3	0.640	0.3	Valid
70		SP4	0.640	0.3	Valid
71		SP5	0.594	0.3	Valid
72		SP6	0.508	0.3	Valid
73		SP7	0.492	0.3	Valid
74		SP8	0.691	0.3	Valid
75		SP9	0.538	0.3	Valid
76		SP10	0.669	0.3	Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas kuesioner pada tingkat aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan yang diukur dari 7 pernyataan, ternyata ada 1 pernyataan yang gugur (PM4). Hal ini dikarenakan nilai r_{terkoreksi} lebih kecil

dari 0.3. Sehingga dapat dikatakan 6 indikator pernyataan pada kuesioner penelitian pada variabel Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan dinyatakan telah valid. Sedangkan satu indikator yang gugur perlu diperbaiki kalimat lalu diujikan ulang ke responden penelitian.

Hasil pengujian validitas kuesioner pada tingkat aspek keuangan yang diukur dari 15 pernyataan, ternyata ada 3 pernyataan yang gugur (Keu1, Keu3 dan Keu8). Hal ini dikarenakan nilai $r_{\text{terkoreksi}}$ lebih kecil dari 0.3. sehingga dapat dikatakan 12 indikator pernyataan pada kuesioner penelitian pada variabel aspek keuangan dinyatakan telah valid. Sedangkan tiga indikator yang gugur perlu diperbaiki kalimat lalu diujikan ulang ke responden penelitian.

Hasil pengujian validitas kuesioner pada tingkat aspek inovasi produk yang diukur dari 9 pernyataan, yang semua indikatornya valid. Hal ini dikarenakan nilai $r_{\text{terkoreksi}}$ lebih besar dari 0.3. Sehingga dapat dikatakan 9 indikator pernyataan pada kuesioner penelitian pada variabel inovasi produk dinyatakan telah valid.

Hasil pengujian validitas kuesioner pada tingkat aspek pemasaran produk yang diukur dari 11 pernyataan, yang semua indikatornya valid. Hal ini dikarenakan nilai $r_{\text{terkoreksi}}$ lebih besar dari 0.3. Sehingga dapat dikatakan 11 indikator pernyataan pada kuesioner penelitian pada variabel pemasaran produk dinyatakan telah valid.

Hasil pengujian validitas kuesioner pada tingkat aspek aset rumah tangga yang diukur dari 8 pernyataan, yang semua indikatornya valid. Hal ini dikarenakan nilai $r_{\text{terkoreksi}}$ lebih besar dari 0.3. Sehingga dapat dikatakan 8 indikator pernyataan pada kuesioner penelitian pada variabel aset rumah tangga dinyatakan telah valid.

Hasil pengujian validitas kuesioner pada tingkat aspek interaksi sosial yang diukur dari 8 pernyataan, yang semua indikatornya valid. Hal ini dikarenakan nilai $r_{\text{terkoreksi}}$ lebih besar dari 0.3. sehingga dapat dikatakan 8 indikator pernyataan pada kuesioner penelitian pada variabel interaksi sosial dinyatakan telah valid.

Hasil pengujian validitas kuesioner pada tingkat aspek kelembagaan yang diukur dari 8 pernyataan, ternyata ada satu indikator yang gugur. Hal ini dikarenakan nilai $r_{\text{terkoreksi}}$ kecil besar dari 0.3. sehingga dapat dikatakan 7 indikator pernyataan pada kuesioner penelitian pada variabel aspek kelembagaan dinyatakan telah valid. Sedangkan satu indikator yang gugur perlu diperbaiki kalimat lalu diujikan ulang ke responden penelitian.

Hasil pengujian validitas kuesioner pada tingkat aspek strategi pemasaran yang diukur dari 8 pernyataan, yang semua indikatornya valid. Hal ini dikarenakan nilai $r_{\text{terkoreksi}}$ lebih besar dari 0.3. sehingga dapat dikatakan 8 indikator pernyataan pada kuesioner penelitian pada variabel strategi pemasaran dinyatakan telah valid.

2. Uji Reliabilitas Sampel n = 55

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi dari responden terhadap variabel yang ada sehingga data yang diperoleh akan cenderung memberikan hasil yang sama (konsisten). Maka dengan bantuan *software* SPSS akan menghasilkan output seperti dibawah ini.

Tabel 3.2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Instrumen	Cronbach's Alpha	N of Items
Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan	0.619	7
Keuangan	0.821	15
Inovasi Produk	0.886	9
Pemasaran Produk	0.906	11
Aset Rumah Tangga	0.854	8
Interaksi Sosial	0.898	8
Kelembagaan	0.855	8
Strategi Pemasaran	0.869	10

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa model pemberdayaan warga pesisir pantai ini diukur dari aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan; keuangan, inovasi produk, pemasaran produk, aset rumah tangga, interaksi sosial, kelembagaan dan strategi pemasaran memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.6, maka dapat diartikan bahwa seluruh variabel tersebut dinyatakan telah reliabel.

9

3. Uji Reliabilitas Kota Surabaya Sampel n = 11

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi dari responden terhadap variabel yang ada sehingga data yang diperoleh akan cenderung memberikan hasil yang sama (konsisten). Maka dengan bantuan *software* SPSS akan menghasilkan output seperti dibawah ini :

Tabel 3.3
Uji Reliabilitas Kota Surabaya Sampel n = 11

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
1	Aspek Pengembangan Pemberdayaan masyarakat dan Pelatihan	PM1	0,450	0.438	Tidak Reliabel
2		PM2	0,450		Tidak Reliabel
3		PM3	0,514		Tidak Reliabel
4		PM4	0,550		Tidak Reliabel
5		PM5	0,073		Tidak Reliabel
6		PM6	0,095		Tidak Reliabel
7		PM7	0,450		Tidak Reliabel
8	Aspek Keuangan	Keu1	0,168	0.167	Tidak Reliabel
9		Keu2	0,165		Tidak Reliabel
10		Keu3	0,348		Tidak Reliabel
11		Keu4	0,041		Tidak Reliabel
12		Keu5	0,041		Tidak Reliabel
13		Keu6	-.083 ^a		Tidak Reliabel
14		Keu7	-.083 ^a		Tidak Reliabel
15		Keu8	0,041		Tidak Reliabel
16		Keu9	0,414		Tidak Reliabel
17		Keu10	0,167		Tidak Reliabel
18		Keu11	0,165		Tidak Reliabel
23	Aspek Inovasi Produk	Inv1	0,249	0.245	Tidak Reliabel
24		Inv2	0,249		Tidak Reliabel
25		Inv3	0,253		Tidak Reliabel
26		Inv4	0,297		Tidak Reliabel
27		Inv5	0,297		Tidak Reliabel
28		Inv6	0,141		Tidak Reliabel
29		Inv7	0,261		Tidak Reliabel
30		Inv8	0,193		Tidak Reliabel
31		Inv9	-.016 ^a		Tidak Reliabel
32	Aspek Pemasaran Produk	M1	-.298 ^a	0.063	Reliabel
33		M2	0,597		Tidak Reliabel
34		M3	-.931 ^a		Tidak Reliabel
35		M4	-.298 ^a		Tidak Reliabel
36		M5	-.169 ^a		Tidak Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
37	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	M6	0.063		Tidak Reliabel
38		M7	0.063		Tidak Reliabel
39		M8	0.063		Tidak Reliabel
40		M9	0.054		Tidak Reliabel
41		M10	0.063		Tidak Reliabel
42		M11	0.155		Tidak Reliabel
43	Aspek Aset Rumah Tangga	AST1	-.417 ^a	0.032	Tidak Reliabel
44		AST2	.663		Reliabel
45		AST3	-1.256 ^a		Tidak Reliabel
46		AST4	-.417 ^a		Tidak Reliabel
47		AST5	-.174 ^a		Tidak Reliabel
48		AST6	.033		Tidak Reliabel
49		AST7	.033		Tidak Reliabel
50		AST8	.033		Tidak Reliabel
51	Aspek Interaksi Sosial	IS1	0.526	0.126	Tidak Reliabel
52		IS2	0.301		Tidak Reliabel
53		IS3	-.036 ^a		Tidak Reliabel
54		IS4	0.28		Tidak Reliabel
55		IS5	0.128		Tidak Reliabel
56		IS6	-.146 ^a		Tidak Reliabel
57		IS7	-.476 ^a		Tidak Reliabel
58		IS8	-.610 ^a		Tidak Reliabel
59	Aspek Kelembagaan	Lbg1	0.528	0.575	Reliabel
60		Lbg2	0.528		Reliabel
61		Lbg3	0.720		Reliabel
62		Lbg4	0.536		Reliabel
63		Lbg5	0.357		Reliabel
64		Lbg6	0.324		Reliabel
65		Lbg7	0.352		Reliabel
66		Lbg8	0.628		Reliabel
67	Aspek Strategi Pemasaran	SP1	0.668	0.607	Tidak Reliabel
68		SP2	0.614		Reliabel
69		SP3	0.614		Reliabel
70		SP4	0.614		Reliabel
71		SP5	0.578		Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
72		SP6	0.508		Tidak Reliabel
73		SP7	0.556		Tidak Reliabel
74		SP8	0.472		Reliabel
75		SP9	0.486		Reliabel
76		SP10	0.486		Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Tabel 3.3 diatas dapat diketahui bahwa aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pelatihan, 7 pernyataan tidak reliabel. Aspek keuangan 15 pernyataan tidak reliabel. Inovasi produk 9 pernyataannya tidak reliabel. Aspek pemasaran produk 11 pernyataan tidak reliabel. Aspek aset rumah tangga 8 pernyataan tidak reliabel. Aspek interaksi sosial 8 pernyataannya tidak reliabel. Variabel kelembagaan 8 pernyataannya reliabel. Variabel strategi pemasaran 7 pernyataan reliabel, akan tetapi 3 variabel strategi pemasaran dinyatakan tidak reliabel.

4. Uji Reliabilitas Kota Sidoarjo Sampel $n = 11$

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi dari responden terhadap variabel yang ada sehingga data yang diperoleh akan cenderung memberikan hasil yang sama (konsisten). Maka dengan bantuan *software* SPSS akan menghasilkan output seperti dibawah ini :

Tabel 3.4.
Uji Reliabilitas Kota Sidoarjo Sampel n = 11

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
1	Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pelatihan	PM1	0.443	0.444	Tidak Reliabel
2		PM2	0.457		Tidak Reliabel
3		PM3	0.436		Tidak Reliabel
4		PM4	0.531		Tidak Reliabel
5		PM5	0.270		Tidak Reliabel
6		PM6	0.404		Tidak Reliabel
7		PM7	0.169		Tidak Reliabel
8	Aspek Keuangan	Keu1	0.504	0.501	Tidak Reliabel
9		Keu2	0.543		Tidak Reliabel
10		Keu3	0.504		Tidak Reliabel
11		Keu4	0.504		Tidak Reliabel
12		Keu5	0.365		Tidak Reliabel
13		Keu6	0.365		Tidak Reliabel
14		Keu7	0.385		Tidak Reliabel
15		Keu8	0.687		Tidak Reliabel
16		Keu9	0.365		Tidak Reliabel
17		Keu10	0.421		Tidak Reliabel
18		Keu11	0.499		Tidak Reliabel
19		Keu12	0.504		Tidak Reliabel
20		Keu13	0.451		Tidak Reliabel
21		Keu14	0.492		Tidak Reliabel
22		Keu15	0.492		Tidak Reliabel
23	Aspek Inovasi Produk	Inv1	0.653	0.721	Reliabel
24		Inv2	0.653		Reliabel
25		Inv3	0.707		Reliabel
26		Inv4	0.736		Reliabel
27		Inv5	0.706		Reliabel
28		Inv6	0.706		Reliabel
29		Inv7	0.725		Reliabel
30		Inv8	0.670		Reliabel
31		Inv9	0.706		Reliabel
32	Aspek Pemasaran Produk	M1	0.149	0.404	Tidak Reliabel
33		M2	0.559		Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
34		M3	0.493		Tidak Reliabel
35		M4	0.477		Tidak Reliabel
36		M5	0.251		Tidak Reliabel
37		M6	0.408		Tidak Reliabel
38		M7	0.408		Tidak Reliabel
39		M8	0.385		Tidak Reliabel
40		M9	0.187		Tidak Reliabel
41		M10	0.322		Tidak Reliabel
42		M11	0.315		Tidak Reliabel
43	Aspek Aset Rumah Tangga	AST1	0.704	0.729	Reliabel
44		AST2	0.781		Reliabel
45		AST3	0.693		Reliabel
46		AST4	0.781		Reliabel
47		AST5	0.693		Reliabel
48		AST6	0.693		Reliabel
49		AST7	0.693		Reliabel
50		AST8	0.693		Reliabel
51	Aspek Interaksi Sosial	IS1	0.717	0.654	Tidak Reliabel
52		IS2	0.703		Tidak Reliabel
53		IS3	0.749		Tidak Reliabel
54		IS4	0.556		Tidak Reliabel
55		IS5	0.575		Tidak Reliabel
56		IS6	0.473		Tidak Reliabel
57		IS7	0.476		Tidak Reliabel
58		IS8	0.589		Tidak Reliabel
59	Aspek Kelembagaan	Lbg1	0.661	0.680	Reliabel
60		Lbg2	0.656		Reliabel
61		Lbg3	0.807		Reliabel
62		Lbg4	0.609		Reliabel
63		Lbg5	0.600		Reliabel
64		Lbg6	0.519		Reliabel
65		Lbg7	0.614		Reliabel
66		Lbg8	0.633		Reliabel
67	Aspek Strategi Pemasaran	SP1	0.332	0.262	Tidak Reliabel
68		SP2	0.401		Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
69		SP3	0.269		Reliabel
70		SP4	0.524		Reliabel
71		SP5	0.42		Reliabel
72		SP6	-.050a		Tidak Reliabel
73		SP7	0.141		Tidak Reliabel
74		SP8	-.050a		Reliabel
75		SP9	0.486		Reliabel
76		SP10	0.486		Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Tabel 3.4 diatas dapat diketahui bahwa aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan Pelatihan 7 pernyataan tidak reliabel. Aspek keuangan 15 pernyataan tidak reliabel. Inovasi produk 9 pernyataannya reliabel. Aspek pemasaran produk 1 pernyataan dinyatakan reliabel, akan tetapi 10 pernyataan tidak reliabel. Aspek aset rumah tangga 8 pernyataan dinyatakan reliabel. Aspek interaksi sosial 8 pernyataan dinyatakan tidak reliabel,. Aspek kelembagaan 8 pernyataannya reliabel, Variabel strategi pemasaran 7 pernyataan reliabel, akan tetapi 3 pernyataan dinyatakan tidak reliabel.

5. Uji Reliabilitas Kota Gresik Sampel n = 11

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi dari responden terhadap variabel yang ada sehingga data yang diperoleh akan cenderung memberikan hasil yang sama (konsisten). Maka dengan bantuan *software* SPSS akan menghasilkan output seperti dibawah ini :

Tabel 3.5
Uji Reliabilitas Kota Gresik Sampel n = 11

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
1	Aspek Pengembangan Pemberdayaan masyarakat dan Pelatihan	PM1	0.496	0.520	Tidak Reliabel
2		PM2	0.534		Reliabel
3		PM3	0.474		Tidak Reliabel
4		PM4	0.496		Tidak Reliabel
5		PM5	0.415		Tidak Reliabel
6		PM6	0.496		Tidak Reliabel
7		PM7	0.415		Tidak Reliabel
8	Aspek Keuangan	Keu1	0.748	0.744	Reliabel
9		Keu2	0.724		Reliabel
10		Keu3	0.791		Reliabel
11		Keu4	0.748		Reliabel
12		Keu5	0.678		Reliabel
13		Keu6	0.713		Reliabel
14		Keu7	0.673		Reliabel
15		Keu8	0.843		Reliabel
16		Keu9	0.696		Reliabel
17		Keu10	0.705		Reliabel
18		Keu11	0.717		Reliabel
19		Keu12	0.708		Reliabel
20		Keu13	0.689		Reliabel
21		Keu14	0.694		Reliabel
22		Keu15	0.730		Reliabel
23	Aspek Inovasi Produk	Inv1	0.560	0.632	Reliabel
24		Inv2	0.560		Reliabel
25		Inv3	0.652		Reliabel
26		Inv4	0.675		Reliabel
27		Inv5	0.569		Reliabel
28		Inv6	0.569		Reliabel
29		Inv7	0.640		Reliabel
30		Inv8	0.560		Reliabel
31		Inv9	0.560		Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
32	Aspek Pemasaran Produk	M1	0.636	0.675	Tidak Reliabel
33		M2	0.727		Reliabel
34		M3	0.655		Tidak Reliabel
35		M4	0.706		Tidak Reliabel
36		M5	0.616		Tidak Reliabel
37		M6	0.617		Tidak Reliabel
38		M7	0.551		Tidak Reliabel
39		M8	0.579		Tidak Reliabel
40		M9	0.717		Tidak Reliabel
41		M10	0.682		Tidak Reliabel
42		M11	0.640		Tidak Reliabel
43	Aspek Aset Rumah Tangga	AST1	0.518	0.415	Tidak Reliabel
44		AST2	0.450		Tidak Reliabel
45		AST3	0.326		Tidak Reliabel
46		AST4	0.476		Tidak Reliabel
47		AST5	0.256		Tidak Reliabel
48		AST6	0.197		Tidak Reliabel
49		AST7	0.182		Tidak Reliabel
50		AST8	0.477		Tidak Reliabel
51	Aspek Interaksi Sosial	IS1	0.593	0.619	Reliabel
52		IS2	0.718		Reliabel
53		IS3	0.703		Reliabel
54		IS4	0.447		Tidak Reliabel
55		IS5	0.538		Tidak Reliabel
56		IS6	0.528		Tidak Reliabel
57		IS7	0.530		Tidak Reliabel
58		IS8	0.528		Tidak Reliabel
59	Aspek Kelembagaan	Lbg1	0.783	0.769	Reliabel
60		Lbg2	0.737		Reliabel
61		Lbg3	0.864		Reliabel
62		Lbg4	0.713		Reliabel
63		Lbg5	0.662		Reliabel
64		Lbg6	0.662		Reliabel
65		Lbg7	0.710		Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
66		Lbg8	0.745		Reliabel
67	Aspek Strategi Pemasaran	SP1	0.666	0.586	Tidak Reliabel
68		SP2	0.524		Reliabel
69		SP3	0.524		Reliabel
70		SP4	0.524		Reliabel
71		SP5	0.584		Reliabel
72		SP6	0.508		Tidak Reliabel
73		SP7	0.677		Tidak Reliabel
74		SP8	0.487		Reliabel
75		SP9	0.552		Reliabel
76		SP10	0.474		Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Tabel 3.5 diatas dapat diketahui bahwa aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan 6 pernyataan tidak reliabel dan 1 pernyataan dinyatakan reliabel. Aspek keuangan 15 pernyataan dinyatakan reliabel. Aspek Inovasi produk 9 pernyataannya dinyatakan reliabel. Aspek pemasaran produk 10 pernyataan dinyatakan tidak reliable dan 1 pernyataan dinyatakan reliabel. Aspek aset rumah tangga dinyatakan 8 pernyataan dinyatakan tidak reliabel. Aspek interaksi sosial 5 pernyataan dinyatakan tidak reliabel, akan tetapi 3 pernyataan dinyatakan tidak reliabel. Aspek kelembagaan 8 pernyataannya dinyatakan reliabel. Aspek strategi pemasaran 3 pernyataan tidak reliabel, akan tetapi 7 pernyataan dinyatakan reliable.

6. Uji Reliabilitas Kota Lamongan Sampel n = 11

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi dari responden terhadap variabel yang ada sehingga data yang diperoleh akan cenderung memberikan hasil yang sama (konsisten). Maka dengan bantuan *software* SPSS akan menghasilkan output seperti dibawah ini :

Tabel 3.6
Uji Reliabilitas Kota Lamongan Sampel n = 11

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
1	Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pelatihan	PM1	0.489	0.491	Tidak Reliabel
2		PM2	0.505		Reliabel
3		PM3	0.338		Tidak Reliabel
4		PM4	0.505		Tidak Reliabel
5		PM5	0.439		Tidak Reliabel
6		PM6	0.489		Tidak Reliabel
7		PM7	0.336		Tidak Reliabel
8	Aspek Keuangan	Keu1	0.718	0.716	Reliabel
9		Keu2	0.703		Reliabel
10		Keu3	0.673		Reliabel
11		Keu4	0.673		Reliabel
12		Keu5	0.677		Reliabel
13		Keu6	0.690		Reliabel
14		Keu7	0.690		Reliabel
15		Keu8	0.743		Reliabel
16		Keu9	0.715		Reliabel
17		Keu10	0.715		Reliabel
18		Keu11	0.715		Reliabel
19		Keu12	0.704		Reliabel
20		Keu13	0.720		Reliabel
21		Keu14	0.679		Reliabel
22		Keu15	0.696		Reliabel
23	Aspek Inovasi Produk	Inv1	0.165	0.254	Tidak Reliabel
24		Inv2	0.106		Tidak Reliabel
25		Inv3	0.456		Tidak Reliabel
26		Inv4	0.430		Tidak Reliabel
27		Inv5	0.209		Tidak Reliabel
28		Inv6	0.283		Tidak Reliabel
29		Inv7	-0.088a		Tidak Reliabel
30		Inv8	-0.088a		Reliabel
31		Inv9	0.336		Tidak Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
32	Aspek Pemasaran Produk	M1	0.780	0.811	Reliabel
33		M2	0.776		Reliabel
34		M3	0.819		Reliabel
35		M4	0.866		Reliabel
36		M5	0.778		Reliabel
37		M6	0.788		Reliabel
38		M7	0.758		Reliabel
39		M8	0.758		Reliabel
40		M9	0.810		Reliabel
41		M10	0.810		Reliabel
42		M11	0.776		Reliabel
43	Aspek Aset Rumah Tangga	AST1	0.707	0.749	Reliabel
44		AST2	0.754		Reliabel
45		AST3	0.800		Reliabel
46		AST4	0.763		Reliabel
47		AST5	0.731		Reliabel
48		AST6	0.646		Reliabel
49		AST7	0.687		Reliabel
50		AST8	0.646		Reliabel
51	Aspek Interaksi Sosial	IS1	0.849	0.875	Reliabel
52		IS2	0.887		Reliabel
53		IS3	0.880		Reliabel
54		IS4	0.838		Tidak Reliabel
55		IS5	0.887		Tidak Reliabel
56		IS6	0.837		Tidak Reliabel
57		IS7	0.837		Tidak Reliabel
58		IS8	0.856		Tidak Reliabel
59	Aspek Kelembagaan	Lbg1	0.783	0.697	Reliabel
60		Lbg2	0.737		Reliabel
61		Lbg3	0.864		Reliabel
62		Lbg4	0.713		Reliabel
63		Lbg5	0.662		Reliabel
64		Lbg6	0.662		Reliabel
65		Lbg7	0.710		Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
66		Lbg8	0.745		Reliabel
67	Aspek Strategi Pemasaran	SP1	0.419	0.317	Tidak Reliabel
68		SP2	0.124		Tidak Reliabel
69		SP3	0.078		Tidak Reliabel
70		SP4	0.225		Tidak Reliabel
71		SP5	0.321		Tidak Reliabel
72		SP6	0.467		Tidak Reliabel
73		SP7	0.333		Tidak Reliabel
74		SP8	0.308		Tidak Reliabel
75		SP9	0.145		Tidak Reliabel
76		SP10	0.321		Tidak Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Tabel 3.6 diatas dapat diketahui bahwa aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan 7 pernyataan dinyatakan tidak reliabel. Aspek keuangan 15 pernyataan dinyatakan reliabel. Inovasi produk 8 indikator pernyataannya tidak reliabel dan 1 pernyataan dinyatakan reliabel Aspek pemasaran produk 11 indikatornya dinyatakan reliabel. Aspek aset rumah tangga 8 pernyataan dinyatakan reliabel. Aspek interaksi sosial 3 pernyataan 5 pernyataan dinyatakan tidak reliabel. Aspek kelembagaan 8 pernyataannya dinyatakan reliabel. Aspek strategi pemasaran 8 pernyataan dinyatakan tidak reliabel.

7. Uji Reliabilitas Kota Tuban Sampel n = 11

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi dari responden terhadap variabel yang ada sehingga data yang diperoleh akan cenderung memberikan hasil yang sama (konsisten). Maka dengan bantuan *software* SPSS akan menghasilkan output seperti dibawah ini :

Tabel 3.7
Uji Reliabilitas Kota Tuban Sampel n = 11

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
1	Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pelatihan	PM1	0.122	0.119	Tidak Reliabel
2		PM2	0.122		Reliabel
3		PM3	0.136		Tidak Reliabel
4		PM4	0.46		Tidak Reliabel
5		PM5	- .720 ^a		Tidak Reliabel
6		PM6	0.122		Tidak Reliabel
7		PM7	- .039 ^a		Tidak Reliabel
8	Aspek Keuangan	Keu1	0.729	0.747	Reliabel
9		Keu2	0.732		Reliabel
10		Keu3	0.759		Reliabel
11		Keu4	0.729		Reliabel
12		Keu5	0.684		Reliabel
13		Keu6	0.690		Reliabel
14		Keu7	0.708		Reliabel
15		Keu8	0.812		Reliabel
16		Keu9	0.732		Reliabel
17		Keu10	0.685		Reliabel
18		Keu11	0.708		Reliabel
23	Aspek Inovasi Produk	Inv1	0.231	0.208	Tidak Reliabel
24		Inv2	0.212		Tidak Reliabel
25		Inv3	0.123		Tidak Reliabel
26		Inv4	0.459		Tidak Reliabel
27		Inv5	0.073		Tidak Reliabel
28		Inv6	0.084		Tidak Reliabel
29		Inv7	0.015		Tidak Reliabel
30		Inv8	0.322		Reliabel
31		Inv9	0.336		Tidak Reliabel
32	Aspek Pemasaran Produk	M1	0.648	0.687	Reliabel
33		M2	0.726		Reliabel
34		M3	0.669		Reliabel
35		M4	0.716		Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
36		M5	0.646		Reliabel
37		M6	0.633		Reliabel
38		M7	0.580		Reliabel
39		M8	0.580		Reliabel
40		M9	0.716		Reliabel
41		M10	0.694		Reliabel
42		M11	0.667		Reliabel
43	Aspek Aset Rumah Tangga	AST1	0.667	0.653	Reliabel
44		AST2	0.526		Reliabel
45		AST3	0.683		Reliabel
46		AST4	0.590		Reliabel
47		AST5	0.492		Reliabel
48		AST6	0.667		Reliabel
49		AST7	0.558		Reliabel
50		AST8	0.667		Reliabel
51	Aspek Interaksi Sosial	IS1	0.885	0.875	Reliabel
52		IS2	0.873		Reliabel
53		IS3	0.890		Reliabel
54		IS4	0.853		Reliabel
55		IS5	0.873		Reliabel
56		IS6	0.850		Reliabel
57		IS7	0.850		Reliabel
58		IS8	0.855		Reliabel
59	Aspek Kelembagaan	Lbg1	0.667	0.629	Reliabel
60		Lbg2	0.592		Reliabel
61		Lbg3	0.711		Reliabel
62		Lbg4	0.494		Tidak Reliabel
63		Lbg5	0.521		Tidak Reliabel
64		Lbg6	0.424		Tidak Reliabel
65		Lbg7	0.664		Reliabel
66		Lbg8	0.583		Reliabel
67	Aspek Strategi Pemasaran	SP1	0.585	0.637	Reliabel
68		SP2	0.569		Reliabel
69		SP3	0.569		Reliabel

No.	Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Pernyataan	Hasil Uji Validasi		Keterangan
			Cronbach Alpha if item deleted	Cronbach Alpha	
70		SP4	0.569		Reliabel
71		SP5	0.645		Reliabel
72		SP6	0.696		Reliabel
73		SP7	0.650		Reliabel
74		SP8	0.568		Reliabel
75		SP9	0.668		Reliabel
76		SP10	0.563		Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Tabel 3.7 diatas dapat diketahui bahwa aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan dinyatakan 7 pernyataan dinyatakan tidak reliabel. Aspek keuangan 11 pernyataan dinyatakan reliabel. Aspek Inovasi produk 9 pernyataannya dinyatakan tidak reliabel. Aspek pemasaran produk 11 pernyataan dinyatakan reliabel. Aspek aset rumah tangga 8 pernyataan dinyatakan reliabel, Aspek interaksi sosial 8 pernyataan dinyatakan reliabel. Variabel kelembagaan dinyatakan reliabel 5 pernyataannya dinyatakan reliabel, akan tetapi 3 pernyataan dinyatakan tidak reliabel. Variabel strategi pemasaran 8 pernyataan dinyatakan reliabel.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Kota				
		Surabaya	Sidoarjo	Gresik	Lamongan	Tuban
1	Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan	4 Tidak Reliabel	Tidak Reliabel	Tidak Reliabel	Tidak Reliabel	Tidak Reliabel
2	Aspek Keuangan	Tidak Reliabel	Tidak Reliabel	Reliabel	Reliabel	Reliabel
3	Aspek Inovasi Produk	Tidak Reliabel	Reliabel	Reliabel	Tidak Reliabel	Tidak Reliabel
4	Aspek Pemasaran Produk	Tidak Reliabel	Tidak Reliabel	Reliabel	Reliabel	Reliabel

5	Aspek Aset Rumah Tangga	Tidak Reliabel	Reliabel	Tidak Reliabel	Reliabel	Reliabel
6	Aspek Interaksi Sosial	Tidak Reliabel	Reliabel	Reliabel	Reliabel	Reliabel
7	Aspek Interaksi Sosial	Reliabel	Reliabel	Reliabel	Reliabel	Reliabel
8	Aspek Strategi Pemasaran	4 Reliabel	Tidak Reliabel	Reliabel	Tidak Reliabel	Reliabel

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas diatas mulai dari Tabel 3.2 sampai dengan Tabel 3.8 dapat diketahui ada beberapa pernyataan/ indikator yang tidak valid pada aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan; aspek keuangan, dan aspek kelembagaan, maka peneliti melakukan survei ulang dengan men drop/ meredus beberapa pernyataan yang dinyatakan tidak sesuai dengan kondisi di lapangan, dan peneliti menggunakan responden yang terpilih, dengan jumlah masing-masing kota sebanyak 7 responden sehingga total sampel yang digunakan untuk analisis selanjutnya adalah 35 orang.

3.3. Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi hasil penelitian ini dengan menguraikan identitas responden yang merupakan masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur dan instrumen pola pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM.

3.3.1 Deskripsi Identitas Responden

Deskripsi identitas responden penelitian yang meliputi : lokasi kawasan, jenis usaha, usia, dan jenis kelamin, adalah sebagai berikut :

1. Deskripsi Responden Ditinjau dari Lokasi Kawasan

Deskripsi responden ditinjau dari lokasi kawasan yang menjawab Kuesioner yang telah disediakan, dapat diketahui lokasi kawasan para responden yang ditunjukkan pada Tabel 3.10 sebagai berikut ini:

Tabel 3.9
Lokasi Kawasan Responden

Lokasi Kawasan	Frekuensi	%
Surabaya	7	20.0
Sidoarjo	7	20.0
Gresik	7	20.0
Lamongan	7	20.0
Tuban	7	20.0
Total	35	100.0

Sumber : Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.9 di atas dapat diketahui bahwa sebaran masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur yang menjadi subyek dalam penelitian adalah responden yang berlokasi di kawasan Surabaya, Sidoarjo, Lamongan, Gresik dan Tuban masing-masing ada sebanyak 7 orang (20.0%).

2. Deskripsi Responden Ditinjau dari Jenis Usaha

Responden dalam penelitian ini yang menjawab Kuesioner yang telah disediakan, dapat diketahui jenis usaha responden yang ditunjukkan pada Tabel 3.10, sebagai berikut ini:

Tabel 3.10
Deskripsi Jenis Usaha Responden

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	(%)
1.	Ikan Laut	14	40.0
2.	Hasil Olahan Ikan Laut	7	20.0
3.	Souvenir Hasil Laut	14	40.0
Total		35	100.0

Sumber : Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.10 di atas telah diketahui jenis usaha masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah jenis usaha ikan laut dan souvenir hasil laut masing-

masing ada 14 orang (40.0%) Sedangkan responden yang memiliki jenis usaha hasil olahan ikan laut ada sebanyak 7 orang (20.0%)

3. Deskripsi Responden Ditinjau dari Usia

Responden dalam penelitian ini yang menjawab Kuesioner yang telah disediakan, dapat diketahui usia responden yang ditunjukkan pada Tabel 3.11, sebagai berikut ini:

Tabel 3.11
Deskripsi Usia Responden

Usia	Frekuensi	(%)
31-40 Tahun	6	17.1
≥ 41 Tahun	29	82.9
Total	35	100.0

Sumber : Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.12 di atas telah diketahui masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur yang menjadi responden dalam penelitian ini, mayoritas berusia lebih dari sama dengan 41 tahun ada 29 orang (82.9%). Sedangkan responden berusia antara 31 – 40 tahun ada sebanyak 6 orang (17.1%).

4. Deskripsi Responden Ditinjau dari Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini yang menjawab Kuesioner yang telah disediakan, dapat diketahui usia responden yang ditunjukkan pada Tabel 3.13, sebagai berikut ini:

Tabel 3.12
Deskripsi Jenis Kelamin Responden

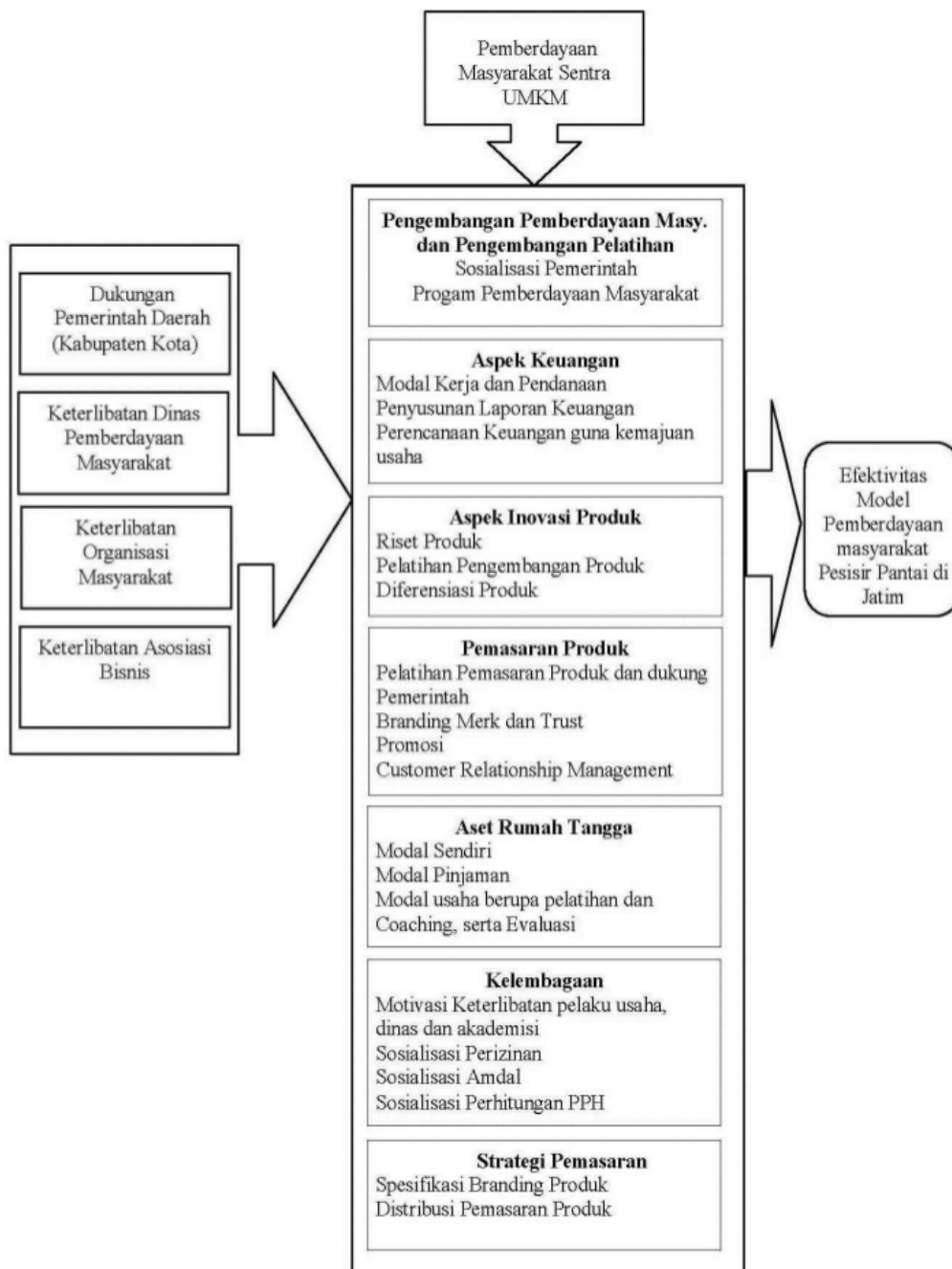
Jenis Kelamin	Frekuensi	(%)
Laki-Laki	22	62.9
Perempuan	13	37.1
Total	35	100.0

Sumber : Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.12 di atas telah diketahui gender masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur yang menjadi responden dalam penelitian ini, mayoritas laki-laki ada 22 orang (62.9%). Sedangkan responden perempuan ada sebanyak 13 orang (37.1%).

3.3.2 Analisa Pengembangan Model Pemberdayaan Masyarakat pada sentra UMKM pesisir pantai Di Jawa Timur

Analisis pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM pesisir pantai di Jawa Timur diukur dari hasil analisis jawaban kuesioner yang diisi oleh 55 responden yang merupakan masyarakat pesisir pantai mengenai "Model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sentra UMKM warga pesisir pantai di Jawa Timur".



Gambar 3.1 Model Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Sentra UMKM warga pesisir pantai di Jawa Timur

Kuesioner Model Pemberdayaan Masyarakat secara Terpadu bagi masyarakat/Warga Pesisir Pantai di Jawa Timur yang memiliki beberapa aspek yaitu: 1) Pengembangan pemberdayaan dan Pengembangan pelatihan; 2) Keuangan; 3) Inovasi Produk; 4) Pemasaran Produk; 5) Aset Rumah Tangga ; 6) Interaksi Sosial ; 7) Kelembagaan; dan 8) Strategi Pemasaran. Kedelapan aspek tersebut digunakan untuk menyusun kuesioner bentuk pertanyaan berupa pilihan tunggal dengan pilihan ya dan tidak kemudian responden diminta untuk memilih salah satu dari pilihan jawaban tersebut. Selanjutnya jawaban yang ya diberi nilai 1 dan jawaban yang tidak diberi nilai 0. Menurut Arikunto (2010) skala pengukuran dilakukan skor setiap pilihan berdasarkan tingkatan sikap pengetahuan yaitu (1) berpengetahuan kurang jika skor jawaban kurang dari 56%, (2) pengetahuan cukup jika skor jawaban antara 56-75% dan (3) baik jika skor jawaban antara 76-100%. Untuk interpretasi data, diprosentasikan dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{Skor Total}} \times 100\%$$

Setelah data diprosentasekan maka hasil penelitian akan menggunakan tingkat sikap pengetahuan sebagai berikut :

Tabel 3.13
Kriteria Skor

Skor	Kriteria
< 56%	Kurang
56-75%	Cukup
76-100%	Baik

Sumber : Arikunto (2010)

Untuk lebih jelasnya, maka berikut ini merupakan hasil dari tanggapan responden mengenai pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur

yang diukur dari 1) Pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pelatihan masyarakat; 2) Keuangan; 3) Inovasi Produk; 4) Pemasaran Produk; 5) Aset Rumah Tangga ; 6) Interaksi Sosial ; 7) Kelembagaan; dan 8) Strategi Pemasaran, yaitu sebagai berikut :

1. Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan

Tanggapan responden pada aspek pengembangan pemberdayaan dan pengembangan pelatihan dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM pesisir pantai di Jawa Timur diukur dari 2 indikator yaitu: 1) Sosialisasi Pemerintah; dan 2) Program Pemberdayaan Masyarakat, adalah sebagai berikut:

Tabel 3.14
Skor Aspek Pengembangan Pemberdayaan masyarakat Dan Pelatihan

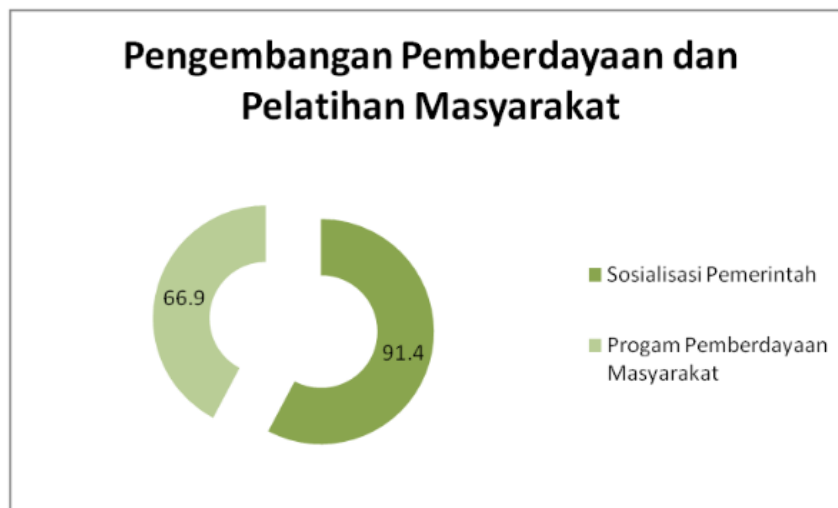
No.	Pengembangan Pemberdayaan dan Pelatihan Masyarakat	Pernyataan	Skor Jawaban				Skor (%)	Kategori
			Ya	%	Tidak	%		
1	Sosialisasi Pemerintah	PM1	32	91.4	3	8.6	91.4	Baik
2		PM2	32	91.4	3	8.6		
3	Program Pemberdayaan Masyarakat	PM3	27	77.1	8	22.9	66.9	Cukup Baik
4		PM4	18	51.4	17	48.6		
5		PM5	22	62.9	12	37.1		
6		PM6	31	88.6	4	11.4		
7		PM7	19	54.3	16	45.7		
Skor Perolehan			181					
Skor Maks			245					
Skor Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pelatihan (%)			73.9	Kategori Cukup Baik				

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.14 menunjukkan skor perolehan dari aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada

6 sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur sebesar 73.9% berada pada penilaian cukup baik.

Dan kedua pernyataan yang membentuk aspek pengembangan pemberdayaan dan pelatihan masyarakat dalam membentuk pengembangan model manajemen sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, 6 dapat diketahui bahwa pernyataan progam pemberdayaan masyarakat merupakan faktor pembentuk pengembangan pemberdayaan masyarakat dan poengembangan pelatihan yang terendah (66.9%) berada pada penilaian cukup baik, dibandingkan dengan indikator sosialisasi pemerintah (91.4%) berada pada penilaian baik. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM pesisir pantai di Jawa Timur perlu mendapatkan perbaikan, sehingga untuk perencanaan selanjutnya perlu mendapat perbaikan pada rencana yang lebih baik tahap berikutnya, terutama perbaikan pada pernyataan progam pemberdayaan masyarakat.



Gambar 3.2
Pie Chart Pengembangan Pemberdayaan masyarakat dan Pelatihan

Hasil identifikasi karakteristik masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur ditinjau dari aspek pengembangan pemberdayaan dan pelatihan, dapat dilihat pada Tabel 5.19, adalah sebagai berikut

Tabel 3.15

Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan ditinjau dari Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Lokasi * Pemberdayaan dan pelatihan masyarakat Crosstabulation

			Pemberdayaan dan pelatihan masyarakat			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Lokasi	Gresik	Count	1	3	3	7
		% within Lokasi	14.3%	42.9%	42.9%	100.0%
	Lamongan	Count	3	0	4	7
		% within Lokasi	42.9%	.0%	57.1%	100.0%
	Sidoarjo	Count	0	3	4	7
		% within Lokasi	.0%	42.9%	57.1%	100.0%
	Surabaya	Count	1	0	6	7
		% within Lokasi	14.3%	.0%	85.7%	100.0%
	Tuban	Count	0	2	5	7
		% within Lokasi	.0%	28.6%	71.4%	100.0%
Total	Count	5	8	22	35	
	% within Lokasi	14.3%	22.9%	62.9%	100.0%	

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.15 dapat diketahui bahwa pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan pada kategori baik di pesisir pantai yang berlokasi di Surabaya memiliki prosentase yang paling tinggi sebesar 85.7% dari 7 responden. Sedangkan pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan pada kategori kurang baik di pesisir pantai dengan prosentase terbesar adalah kabupaten Lamongan (42.9%) dari 7 responden. Jadi pengembangan pemberdayaan dan pelatihan masyarakat pesisir pantai pada kategori kurang dengan prosentase terbesar adalah kabupaten Lamongan lebih diutamakan guna pengentasan

kemiskinan warga pesisir pantai, terutama pada indikator progam pemberdayaan masyarakat yang lebih efektif dan inovasi.

Tabel 3.16

Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan ditinjau dari Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Usaha * Pemberdayaan dan pelatihan masyarakat Crosstabulation

				Pemberdayaan dan pelatihan masyarakat			Total
				Kurang	Cukup	Baik	
Usaha	Hasil Olahan Ikan Laut	Count	3	0	4	7	
		% within Usaha	42.9%	.0%	57.1%	100.0%	
	Ikan laut	Count	1	5	8	14	
		% within Usaha	7.1%	35.7%	57.1%	100.0%	
	Souvenir Hasil Laut	Count	1	3	10	14	
		% within Usaha	7.1%	21.4%	71.4%	100.0%	
Total	Count	5	8	22	35		
	% within Usaha	14.3%	22.9%	62.9%	100.0%		

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.16 dapat diketahui bahwa pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan pada kategori baik di pesisir pantai jenis usaha souvenir hasil laut memiliki prosentase yang paling tinggi sebesar 71.4% dari 7 responden. Sedangkan pengembangan pemberdayaan dan pelatihan pada kategori kurang baik di pesisir pantai adalah jenis usaha hasil olahan ikan laut memiliki prosentase yang paling tinggi sebesar 42.9% dari 7 responden. Jadi pengembangan pemberdayaan dan pelatihan masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur pada karakteristik jenis usaha souvenir hasil laut perlu dipertahankan dan dikembangkan guna meningkatkan pendapatan masyarakat dalam pengentasan kemiskinan warga pesisir pantai. Dan untuk jenis usaha hasil olahan lebih utama untuk diperbaiki ditingkatkan , dengan menambah varians, meningkatkan kualitas untuk dapatnya meningkatkan jumlah pendapatan masyarakat selanjutnya

adalah untuk ⁷ pengentasan kemiskinan warga pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.17

Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan ditinjau dari Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Usia * Pemberdayaan dan pelatihan masyarakat Crosstabulation

			Pemberday aan dan pelatihan masyarakat			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usia > 41 tahun	Count		5	6	18	29
	% within Usia		17.2%	20.7%	62.1%	100.0%
31-40 tahun	Count		0	2	4	6
	% within Usia		.0%	33.3%	66.7%	100.0%
Total	Count		5	8	22	35
	% within Usia		14.3%	22.9%	62.9%	100.0%

³ Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.17 dapat diketahui bahwa pengembangan pemberdayaan dan pelatihan masyarakat pada kategori baik di pesisir pantai dengan usia 31 - 40 tahun memiliki prosentase yang paling tinggi sebesar 66.7% dari 6 responden. Sedangkan pengembangan pemberdayaan dan pelatihan masyarakat pada kategori kurang baik di pesisir pantai dengan usia lebih dari 41 tahun yang memiliki prosentase yang paling tinggi sebesar 17.2% dari 29 responden. Jadi pengembangan pemberdayaan dan pelatihan masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur pada karakteristik usia responden yang terletak antara 31 - 40 tahun, lebih diutamakan untuk pengentasan kemiskinan masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, karena mereka pada usia produktif.

Tabel 3.18

Aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan ditinjau dari Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Gender * Pemberdayaan dan pelatihan masyarakat Crosstabulation

			Pemberdayaan dan pelatihan masyarakat			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Gender	Laki-Laki	Count	2	7	13	22
		% within Gender	9.1%	31.8%	59.1%	100.0%
	Perempuan	Count	3	1	9	13
		% within Gender	23.1%	7.7%	69.2%	100.0%
Total	Count	5	8	22	35	
	% within Gender	14.3%	22.9%	62.9%	100.0%	

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.18 dapat diketahui bahwa pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan pada kategori baik di pesisir pantai dengan gender perempuan memiliki prosentase yang paling tinggi sebesar 69.2% dari 13 responden. Sedangkan pengembangan pemberdayaan dan pelatihan masyarakat pada kategori kurang baik di pesisir pantai dengan gender laki-laki yang memiliki prosentase yang paling kecil sebesar 9.1% dari 22 responden. Jadi pengembangan pemberdayaan dan pelatihan masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur pada gender laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan , untuk lebih diutamakan dalam pelatihan-pelatihan adalah gender laki-laki hal tersebut adalah gender laki-laki yang merupakan kepala keluarga dan bertanggung jawab memenuhi kebutuhan hidup sehingga diharapkan setelah mengikuti pelatihan-pelatihan dapat menambah pengetahuan serta dapat menambah pendapatan.

2. Aspek Keuangan

Tanggapan responden pada aspek keuangan dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat ⁶ sentra UMKM masyarakat

pebisnis pantai di Jawa Timur diukur dari 3 indikator yaitu: 1) Modal Kerja dan Pendanaan; 2) Penyusunan Laporan keuangan; dan 3) Perencanaan Keuangan untuk kemajuan usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 3.19
Skor Aspek Keuangan

No.	Indikator Keuangan	Pernyataan	Skor Jawaban				Skor (%)	Kategori
			Ya	%	Tidak	%		
1	Modal Kerja dan Pendanaan	Keu1	23	65.7	12	34.3	66.4	Cukup Baik
2		Keu2	19	54.3	16	45.7		
3		Keu3	25	71.4	10	28.6		
4		Keu4	26	74.3	9	25.7		
5	Penyusunan Laporan Keuangan	Keu5	23	65.7	12	34.3	60.0	Cukup Baik
6		Keu6	19	54.3	16	45.7		
7		Keu7	21	60.0	14	40.0		
8	Perencanaan Keuangan Untuk Kemajuan Usaha	Keu8	12	34.3	23	65.7	43.2	Kurang Baik
9		Keu9	16	45.7	19	54.3		
10		Keu10	18	51.4	17	48.6		
11		Keu11	13	37.1	22	62.9		
12		Keu12	13	37.1	22	62.9		
13		Keu13	9	25.7	26	74.3		
14		Keu14	22	62.9	13	37.1		
15		Keu15	18	51.4	17	48.6		
Skor Perolehan			277	-				
Skor Maks			525	-				
Skor Keuangan (%)			52.8	Kategori Kurang Baik				

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.19 menunjukkan skor perolehan dari aspek Keuangan dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur sebesar 52.8% berada pada penilaian kurang baik.

Dan ketiga indikator yang membentuk aspek keuangan dalam membentuk pengembangan model manajemen sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, dapat diketahui bahwa indikator perencanaan

keuangan untuk kemajuan usaha merupakan faktor pembentuk aspek keuangan yang terendah (43.2%) berada pada penilaian kurang baik, dibandingkan dengan indikator modal kerja dan pendanaan (66.4%) dan penyusunan laporan keuangan (60.0) berada pada penilaian cukup baik. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa aspek keuangan dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur perlu mendapatkan perbaikan, khususnya pada perencanaan keuangan hal tersebut dengan harapan dapat menjalankan roda bisnis dan pengelolaan yang lebih baik sesuai dengan yang telah direncanakan untuk kemajuan usaha. Lebih jelas lihat Gambar 3.3.



Gambar 3.3. Pie Chart Keuangan

Hasil identifikasi aspek keuangan masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur ditinjau dari karakteristik modal kerja dan pendanaan; Penyusunan laporan keuangan; dan perencanaan keuangan untuk kemajuan usaha, dapat dilihat pada Tabel 5.23, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.20**Aspek Keuangan ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur****Lokasi * Keuangan Crosstabulation**

			Keuangan			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Lokasi	Gresik	Count	4	0	3	7
		% within Lokasi	57.1%	.0%	42.9%	100.0%
	Lamongan	Count	4	0	3	7
		% within Lokasi	57.1%	.0%	42.9%	100.0%
	Sidoarjo	Count	5	1	1	7
		% within Lokasi	71.4%	14.3%	14.3%	100.0%
	Surabaya	Count	1	4	2	7
		% within Lokasi	14.3%	57.1%	28.6%	100.0%
	Tuban	Count	5	1	1	7
		% within Lokasi	71.4%	14.3%	14.3%	100.0%
Total	Count	19	6	10	35	
	% within Lokasi	54.3%	17.1%	28.6%	100.0%	

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.20 dapat diketahui bahwa Aspek keuangan di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 71.4% dari 7 responden terletak pada lokasi Sidoarjo dan Tuban. Sedangkan Aspek keuangan di pesisir pantai yang memiliki penilaian cukup baik dengan skor paling tinggi sebesar 57.1% dari 7 responden terletak pada lokasi Surabaya. Jadi aspek keuangan pesisir pantai pada kategori kurang dengan prosentase terbesar adalah kabupaten Sidoarjo dan Tuban lebih diutamakan untuk diperbaiki, terutama pada indikator perencanaan keuangan untuk kemajuan usaha untuk diperbaiki guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

Tabel 3.21
Aspek Keuangan ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur

Usaha * Keuangan Crosstabulation

			Keuangan			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usaha	Hasil Olahan Ikan Laut	Count	4	0	3	7
		% within Usaha	57.1%	.0%	42.9%	100.0%
	Ikan laut	Count	9	1	4	14
		% within Usaha	64.3%	7.1%	28.6%	100.0%
	Souvenir Hasil Laut	Count	6	5	3	14
		% within Usaha	42.9%	35.7%	21.4%	100.0%
Total	Count	19	6	10	35	
	% within Usaha	54.3%	17.1%	28.6%	100.0%	

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.21 dapat diketahui bahwa aspek keuangan UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 64.3% dari 7 responden pada jenis usaha ikan laut. Sedangkan aspek keuangan di pesisir pantai yang memiliki penilaian cukup baik dengan skor paling tinggi sebesar 35.7% dari 7 responden pada jenis usaha souvenir hasil laut, lalu aspek keuangan di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 42.9% dari 7 responden pada jenis usaha hasil olahan ikan laut. Jadi aspek keuangan UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada sektor jenis usaha ikan laut lebih diutamakan diperbaiki, terutama pada perbaikan indikator perencanaan keuangan untuk kemajuan usaha guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

14

Tabel 3.22

Aspek Keuangan ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Usia * Keuangan Crosstabulation

			Keuangan			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usia > 41 tahun	Count		15	5	9	29
	% within Usia		51.7%	17.2%	31.0%	100.0%
31-40 tahun	Count		4	1	1	6
	% within Usia		66.7%	16.7%	16.7%	100.0%
Total	Count		19	6	10	35
	% within Usia		54.3%	17.1%	28.6%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.22 dapat diketahui bahwa aspek keuangan UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 66.7% dari 6 responden yang berusia antara 31 – 40 tahun. Sedangkan aspek keuangan di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 31.0% dari 29 responden yang berusia lebih dari 41 tahun. Jadi aspek keuangan UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang berusia antara 31 – 40 tahun lebih diutamakan, usia tersebut adalah usia yang sangat produktif, dan mereka sangat kompeten dalam memperbaiki dan membuat perbaikan khususnya pada indikator perencanaan keuangan untuk kemajuan usaha untuk diperbaiki guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.23

**Aspek Keuangan ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir
Pantai di Jawa Timur**

Gender * Keuangan Crosstabulation

			Keuangan			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Gender	Laki-Laki	Count	13	5	4	22
		% within Gender	59.1%	22.7%	18.2%	100.0%
	Perempuan	Count	6	1	6	13
		% within Gender	46.2%	7.7%	46.2%	100.0%
Total		Count	19	6	10	35
		% within Gender	54.3%	17.1%	28.6%	100.0%

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.23 dapat diketahui bahwa aspek keuangan UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 59.1% dari 22 responden yang bergender laki-laki. Sedangkan aspek keuangan di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 46.2% dari 13 responden yang bergender perempuan. Jadi aspek keuangan UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang bergender laki-laki lebih diutamakan, terutama perbaikan pada indikator perencanaan keuangan untuk kemajuan usaha untuk diperbaiki guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

3. Aspek Inovasi Produk

Tanggapan responden pada aspek inovasi produk dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur diukur dari 3 indikator yaitu: 1) Riset Produk; 2) Pelatihan Pengembangan Produk; dan 3) Diferensiasi Produk adalah sebagai berikut:

Tabel 3.24
Skor Aspek Inovasi Produk

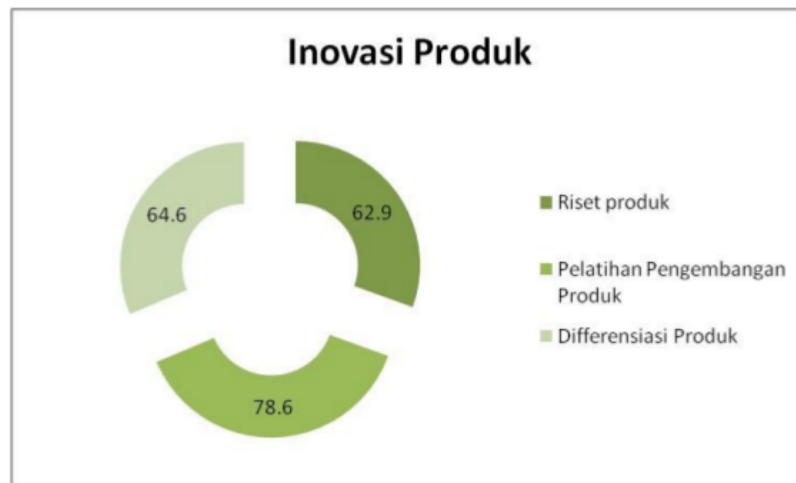
No.	Indikator Inovasi produk	Pernyataan	Skor Jawaban				Skor (%)	Kategori
			Ya	%	Tidak	%		
1	Riset Produk	Inv1	16	45.7	19	54.3	62.9	Cukup Baik
2		Inv2	28	80.0	7	20.0		
3	Pelatihan Pengembangan Produk	Inv3	26	74.3	9	25.7	78.6	Baik
4		Inv4	29	82.9	6	17.1		
5	Diferensiasi Produk	Inv5	21	60.0	14	40.0	64.6	Cukup Baik
6		Inv6	28	80.0	7	20.0		
7		Inv7	27	77.1	8	22.9		
8		Inv8	25	71.4	10	28.6		
9		Inv9	12	34.3	23	65.7		
Skor Perolehan			212	-				
Skor Maks			315	-				
Skor Inovasi Produk (%)			67.3	Kategori Cukup Baik				

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.24 menunjukkan skor perolehan dari aspek Inovasi produk dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur sebesar 67.3% berada pada penilaian cukup baik.

Dan ketiga indikator yang membentuk aspek inovasi produk dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, dapat diketahui bahwa indikator riset produk merupakan faktor pembentuk aspek inovasi produk yang terendah (62.9%) berada pada penilaian cukup baik, dibandingkan dengan indikator diferensiasi produk (64.6%), berada pada penilaian cukup baik, Sedangkan pelatihan pengembangan produk (78.6) berada pada penilaian baik. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa inovasi produk dalam membentuk pengembangan model manajemen sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur perlu masih perlu ditingkatkan,

sehingga pada perencanaan selanjutnya perlu mendapat optimalisasi peningkatan pada rencana pada tahap berikutnya, terutama perbaikan aspek inovasi produk pada indikator riset dan diferensiasi produk. Lebih jelas lihat Gambar 3.4.



Gambar 3.4. Pie Chart Inovasi produk

Hasil identifikasi karakteristik masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur ditinjau dari aspek Inovasi produk, dapat dilihat pada Tabel 3.25 s.d Tabel 3.29, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.25**Aspek Inovasi produk ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur****Lokasi * Inovasi Produk Crosstabulation**

			Inovasi Produk			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Lokasi	Gresik	Count	3	0	4	7
		% within Lokasi	42.9%	.0%	57.1%	100.0%
	Lamongan	Count	3	0	4	7
		% within Lokasi	42.9%	.0%	57.1%	100.0%
	Sidoarjo	Count	0	0	7	7
		% within Lokasi	.0%	.0%	100.0%	100.0%
	Surabaya	Count	2	1	4	7
		% within Lokasi	28.6%	14.3%	57.1%	100.0%
	Tuban	Count	1	2	4	7
		% within Lokasi	14.3%	28.6%	57.1%	100.0%
	Total	Count	9	3	23	35
		% within Lokasi	25.7%	8.6%	65.7%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.25 dapat diketahui bahwa Aspek inovasi produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 42.9% dari 7 responden terletak pada lokasi Gresik dan Lamongan. Sedangkan Aspek inovasi produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 100.0% dari 7 responden terletak pada lokasi Sidoarjo. Jadi aspek inovasi produk pada masyarakat pesisir pantai dengan kategori kurang dengan prosentase terbesar adalah kabupaten Gresik dan Lamongan lebih diutamakan untuk diperbaiki dan ditingkatkan, terutama pada indikator riset dan diferensiasi produk untuk diperbaiki dan ditingkatkan guna ⁷ pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.26

**Aspek Inovasi produk ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Usaha * Inovasi Produk Crosstabulation

			Inovasi Produk			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usaha	Hasil Olahan Ikan Laut	Count	3	0	4	7
		% within Usaha	42.9%	.0%	57.1%	100.0%
	Ikan laut	Count	4	2	8	14
		% within Usaha	28.6%	14.3%	57.1%	100.0%
	Souv enir Hasil Laut	Count	2	1	11	14
		% within Usaha	14.3%	7.1%	78.6%	100.0%
Total	Count	9	3	23	35	
	% within Usaha	25.7%	8.6%	65.7%	100.0%	

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.26 dapat diketahui bahwa aspek inovasi produk UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 42.9% dari 7 responden pada hasil olahan ikan laut. Sedangkan aspek inovasi produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian cukup baik dengan skor paling tinggi sebesar 14.3% dari 14 responden pada jenis usaha ikan laut, Lalu aspek inovasi produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 78.6% dari 14 responden pada jenis usaha souvenir hasil laut. Jadi aspek inovasi produk UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada sektor jenis usaha hasil olahan ikan laut lebih diutamakan diperbaiki, terutama pada perbaikan indikator riset produk dan diferensiasi produk, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.27**Aspek Inovasi produk ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur****Usia * Inovasi Produk Crosstabulation**

			Inovasi Produk			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usia > 41 tahun	Count		9	3	17	29
	% within Usia		31.0%	10.3%	58.6%	100.0%
31-40 tahun	Count		0	0	6	6
	% within Usia		.0%	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count		9	3	23	35
	% within Usia		25.7%	8.6%	65.7%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.27 dapat diketahui bahwa aspek inovasi produk UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 31.0% dari 6 responden yang berusia lebih dari 41 tahun. Sedangkan aspek inovasi produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 100.0% dari 6 responden yang berusia antara 31 – 40 tahun. Jadi aspek inovasi produk UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang berusia lebih dari 41 tahun harus diutamakan, terutama perbaikan pada indikator riset produk dan diferensiasi produk guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.28**Aspek Inovasi produk ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur****Gender * Inovasi Produk Crosstabulation**

			Inovasi Produk			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Gender	Laki-Laki	Count	6	3	13	22
		% within Gender	27.3%	13.6%	59.1%	100.0%
	Perempuan	Count	3	0	10	13
		% within Gender	23.1%	.0%	76.9%	100.0%
Total		Count	9	3	23	35
		% within Gender	25.7%	8.6%	65.7%	100.0%

3
Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.28 dapat diketahui bahwa aspek inovasi produk UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 27.3% dari 22 responden yang bergender laki-laki. Sedangkan aspek inovasi produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 76.9% dari 13 responden yang bergender perempuan. Jadi aspek inovasi produk UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang bergender laki-laki lebih diutamakan, terutama perbaikan pada indikator riset produk dan diferensiasi produk, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

4. Aspek Pemasaran Produk

Tanggapan responden pada aspek pemasaran produk dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur diukur dari 4 indikator yaitu: 1) Pelatihan Pemasaran Produk dan dukung Pemerintah; 2) Branding Merk dan Trust; 3) Promosi dan 3) Customer Relationship Management adalah sebagai berikut:

Tabel 3.29
Skor Aspek Pemasaran Produk

No.	Indikator Pemasaran Produk	Pernyataan	Skor Jawaban				Skor (%)	Kategori	
			Ya	%	Tidak	%			
1	Pelatihan Pemasaran Produk dan Dukung Pemerintah	M1	15	42.9	20	57.1	48.0	Kurang Baik	
2		M2	26	74.3	9	25.7			
3		M3	18	51.4	17	48.6			
4		M4	9	25.7	26	74.3			
5		M5	16	45.7	19	54.3			
6	Branding Merk dan Trust	M6	34	97.1	1	2.9	92.9	Baik	
7		M7	31	88.6	4	11.4			
8	Promosi	M8	31	88.6	4	11.4	88.6	Baik	
9	Customer Relationship Management	M9	14	40.0	21	60.0	45.7	Kurang Baik	
10		M10	2	5.7	33	94.3			
11		M11	32	91.4	3	8.6			
Skor Perolehan			228	-					
Skor Maks			385	-					
Skor Pemasaran Produk (%)			59.2	Kategori Cukup Baik					

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.29 menunjukkan skor perolehan dari aspek Pemasaran produk dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur sebesar 59,2% berada pada penilaian cukup baik.

Aspek pemasaran produk diukur dari 4 indikator dalam membentuk pengembangan model manajemen sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, dapat diketahui bahwa indikator (1) Pelatihan Pemasaran Produk dan dukung Pemerintah; serta (2) *Customer Relationship Management* merupakan faktor pembentuk aspek pemasaran produk yang terendah (48.0% dan 45.7%) berada pada penilaian kurang baik.

Serta indikator *Branding merk* dan *trust*, serta promosi memiliki nilai skor tertinggi sebesar 92.9% dan 88.6%), berada pada penilaian baik. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa pemasaran produk dalam membentuk

pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada ⁶ sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur yang masih perlu dipertahankan dan ditingkatkan pada indikator pemasaran (1) *Branding merk* dan *trust*, serta (2) promosi, sehingga pada perencanaan selanjutnya perlu mendapat optimalisasi peningkatan pada rencana pada tahap berikutnya Lebih jelas lihat Gambar 3.5.



Gambar 3.5. Pie Chart Pemasaran Produk

Hasil identifikasi karakteristik masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur ditinjau dari aspek Pemasaran produk, dapat dilihat pada Tabel 3.30 s.d Tabel 3.34, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.30

**Aspek Pemasaran Produk ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Lokasi * Pemasaran Produk Crosstabulation

			Pemasaran Produk			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Lokasi	Gresik	Count	6	1	0	7
		% within Lokasi	85.7%	14.3%	.0%	100.0%
	Lamongan	Count	1	0	6	7
		% within Lokasi	14.3%	.0%	85.7%	100.0%
	Sidoarjo	Count	6	1	0	7
		% within Lokasi	85.7%	14.3%	.0%	100.0%
	Surabaya	Count	4	3	0	7
		% within Lokasi	57.1%	42.9%	.0%	100.0%
	Tuban	Count	3	0	4	7
		% within Lokasi	42.9%	.0%	57.1%	100.0%
	Total	Count	20	5	10	35
		% within Lokasi	57.1%	14.3%	28.6%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.30 dapat diketahui bahwa Aspek pemasaran produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 85.7% dari 7 responden terletak pada lokasi Gresik dan Lamongan. Sedangkan Aspek pemasaran produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 100.0% dari 7 responden terletak pada lokasi Sidoarjo. Jadi aspek pemasaran produk pada masyarakat pesisir pantai dengan kategori kurang dengan prosentase terbesar adalah kabupaten Gresik dan Lamongan lebih diutamakan untuk diperbaiki dan ditingkatkan, terutama pada indikator pelatihan pemasaran produk dan dukung pemerintah, serta *customer relationship management* untuk diperbaiki dan ditingkatkan guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.31

**Aspek Pemasaran produk ditinjau Karakteristik Jenis Usaha
Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Usaha * Pemasaran Produk Crosstabulation

			Pemasaran Produk			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usaha	Hasil Olahan Ikan Laut	Count	1	0	6	7
		% within Usaha	14.3%	.0%	85.7%	100.0%
	Ikan laut	Count	9	1	4	14
		% within Usaha	64.3%	7.1%	28.6%	100.0%
	Souv enir Hasil Laut	Count	10	4	0	14
		% within Usaha	71.4%	28.6%	.0%	100.0%
Total	Count	20	5	10	35	
	% within Usaha	57.1%	14.3%	28.6%	100.0%	

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.31 dapat diketahui bahwa aspek pemasaran produk UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 71.4% dari 14 responden pada souvenir hasil laut. Sedangkan aspek pemasaran produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian cukup baik dengan skor paling tinggi sebesar 28.6% dari 14 responden pada jenis usaha souvenir hasil laut, Lalu aspek pemasaran produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 85.7% dari 7 responden pada jenis usaha hasil olahan ikan laut. Jadi aspek pemasaran produk UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada sektor jenis usaha souvenir hasil laut lebih diutamakan diperbaiki, terutama pada perbaikan indikator pelatihan pemasaran produk dan dukung pemerintah, serta *customer relationship management*, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.32

**Aspek Pemasaran produk ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Usia * Pemasaran Produk Crosstabulation

			Pemasaran Produk			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usia > 41 tahun	Count		14	5	10	29
	% within Usia		48.3%	17.2%	34.5%	100.0%
31-40 tahun	Count		6	0	0	6
	% within Usia		100.0%	.0%	.0%	100.0%
Total	Count		20	5	10	35
	% within Usia		57.1%	14.3%	28.6%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.32 dapat diketahui bahwa aspek pemasaran produk UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 100.0% dari 6 responden yang berusia antara 31 – 40 tahun. Sedangkan aspek pemasaran produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 34.5% dari 6 responden yang berusia lebih dari 41 tahun. Jadi aspek pemasaran produk UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang berusia antara 31 – 40 tahun harus diutamakan, terutama perbaikan pada indikator pelatihan pemasaran produk dan dukung pemerintah, serta *customer relationship management* guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.33**Aspek Pemasaran produk ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur****Gender * Pemasaran Produk Crosstabulation**

			Pemasaran Produk			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Gender	Laki-Laki	Count	15	3	4	22
		% within Gender	68.2%	13.6%	18.2%	100.0%
	Perempuan	Count	5	2	6	13
		% within Gender	38.5%	15.4%	46.2%	100.0%
Total		Count	20	5	10	35
		% within Gender	57.1%	14.3%	28.6%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.33 dapat diketahui bahwa aspek pemasaran produk UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 68.2% dari 22 responden yang bergender laki-laki. Sedangkan aspek pemasaran produk di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 46.2% dari 13 responden yang bergender perempuan. Jadi aspek pemasaran produk UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang bergender laki-laki lebih diutamakan, terutama perbaikan pada indikator pelatihan pemasaran produk dan dukung pemerintah, serta *customer relationship management*, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

5. Aset Rumah Tangga

Tanggapan responden pada aspek aset rumah tangga dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur diukur dari 3 indikator yaitu: 1) Modal Sendiri; 2) Modal Pinjaman; dan 3) Modal Usaha adalah sebagai berikut:

6

Tabel 3.34
Skor Aspek Aset Rumah Tangga

No.	Indikator Rumah Tangga	Pernyataan	Skor Jawaban				Skor (%)	Kategori
			Ya	%	Tidak	%		
1	Modal Sendiri	AST1	27	77.1	8	22.9	77.1	Baik
2	Modal Pinjaman	AST2	8	22.9	27	77.1	38.6	Kurang Baik
3		AST3	27	77.1	8	22.9		
4		AST4	4	11.4	31	88.6		
5		AST5	15	42.9	20	57.1		
6	Modal usaha berupa pelatihan dan Coaching, serta Evaluasi	AST6	32	91.4	3	8.6	76.2	Baik
7		AST7	20	57.1	15	42.9		
8		AST8	28	80.0	7	20.0		
Skor Perolehan			161					
Skor Maks			280					
3	Skor Aset Rumah Tangga (%)		57.5	Kategori Cukup Baik				

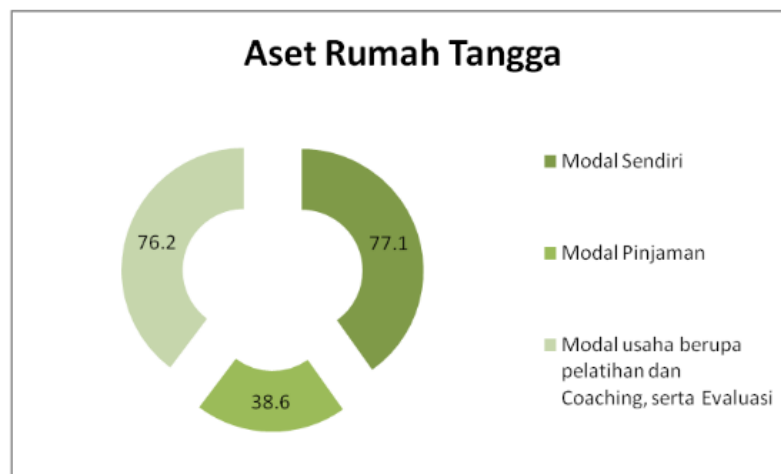
Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.34 menunjukkan skor perolehan dari aspek Aset rumah tangga dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur sebesar 57.5% berada pada penilaian cukup baik.

Aspek aset rumah tangga diukur dari 3 indikator dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, dapat diketahui bahwa indikator Modal Pinjaman merupakan faktor pembentuk aspek aset rumah tangga yang terendah (38.6%) berada pada penilaian kurang baik.

Serta indikator modal sendiri dan modal usaha berupa pelatihan dan *coaching* serta evaluasi dengan memiliki nilai skor tertinggi sebesar 77.1% dan 76.2%), berada pada penilaian baik. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa modal sendiri dan modal usaha berupa pelatihan dan *coaching* serta evaluasi sebagai indikator aset rumah tangga dalam membentuk pengembangan model manajemen sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di

Jawa Timur perlu masih perlu ditingkatkan pada indikator pemasaran (1) *Branding merk* dan *trust*, serta (2) promosi, sehingga pada perencanaan selanjutnya perlu mendapat optimalisasi peningkatkan pada rencana pada tahap berikutnya Lebih jelas lihat Gambar 3.6.



Gambar 3.6. *Pie Chart* Aset Rumah Tangga

Hasil identifikasi karakteristik masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur ditinjau dari aspek Aset rumah tangga, dapat dilihat pada Tabel 3.35 s.d Tabel 3.37, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.35

**Aspek Aset rumah tangga ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Lokasi * Aset Rumah Tangga Crosstabulation

			Aset Rumah Tangga			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Lokasi	Gresik	Count	4	3	0	7
		% within Lokasi	57.1%	42.9%	.0%	100.0%
	Lamongan	Count	7	0	0	7
		% within Lokasi	100.0%	.0%	.0%	100.0%
	Sidoarjo	Count	3	2	2	7
		% within Lokasi	42.9%	28.6%	28.6%	100.0%
	Surabaya	Count	1	6	0	7
		% within Lokasi	14.3%	85.7%	.0%	100.0%
	Tuban	Count	4	1	2	7
		% within Lokasi	57.1%	14.3%	28.6%	100.0%
Total	Count	19	12	4	35	
	% within Lokasi	54.3%	34.3%	11.4%	100.0%	

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.35 dapat diketahui bahwa Aspek aset rumah tangga di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 100.0% dari 7 responden terletak pada lokasi kabupaten Lamongan. Lalu Aspek aset rumah tangga di pesisir pantai yang memiliki penilaian cukup baik dengan skor paling tinggi sebesar 85.7% dari 7 responden terletak pada lokasi kota Surabaya. Sedangkan Aspek aset rumah tangga di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 28.6% dari 7 responden terletak pada lokasi Kabupaten Sidoarjo dan Tuban. Jadi aspek aset rumah tangga pada masyarakat pesisir pantai dengan kategori kurang dengan prosentase terbesar adalah kabupaten Lamongan lebih diutamakan untuk diperbaiki dan ditingkatkan, terutama pada indikator modal pinjaman untuk diperbaiki dan ditingkatkan guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

Tabel 3.36

**Aspek Aset rumah tangga ditinjau Karakteristik Jenis Usaha
Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Usaha * Aset Rumah Tangga Crosstabulation

			Aset Rumah Tangga			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usaha	Hasil Olahan Ikan Laut	Count	7	0	0	7
		% within Usaha	100.0%	.0%	.0%	100.0%
	Ikan laut	Count	8	4	2	14
		% within Usaha	57.1%	28.6%	14.3%	100.0%
	Souvenir Hasil Laut	Count	4	8	2	14
		% within Usaha	28.6%	57.1%	14.3%	100.0%
Total	Count		19	12	4	35
	% within Usaha		54.3%	34.3%	11.4%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.36 dapat diketahui bahwa aspek aset rumah tangga UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 100.0% dari 7 responden pada hasil olahan ikan laut. Sedangkan aspek aset rumah tangga di pesisir pantai yang memiliki penilaian cukup baik dengan skor paling tinggi sebesar 57.1% dari 14 responden pada jenis usaha souvenir hasil laut, Lalu aspek aset rumah tangga di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 14.3% dari 14 responden pada jenis usaha iklan laut dan souvenir hasil laut. Jadi aspek aset rumah tangga UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada sektor jenis usaha souvenir hasil laut lebih diutamakan diperbaiki, terutama pada perbaikan indikator modal pinjaman, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.37

**Aspek Aset rumah tangga ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Usia * Aset Rumah Tangga Crosstabulation

			Aset Rumah Tangga			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usia > 41 tahun	Count		16	11	2	29
	% within Usia		55.2%	37.9%	6.9%	100.0%
31-40 tahun	Count		3	1	2	6
	% within Usia		50.0%	16.7%	33.3%	100.0%
Total	Count		19	12	4	35
	% within Usia		54.3%	34.3%	11.4%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.37 dapat diketahui bahwa aspek aset rumah tangga UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 55.2% dari 29 responden yang berusia lebih dari 41 tahun. Sedangkan aspek aset rumah tangga di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 33.3% dari 6 responden yang berusia antara 31 – 40 tahun. Jadi aspek aset rumah tangga UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang berusia lebih dari 40 tahun harus diutamakan, terutama perbaikan pada indikator modal pinajmaan guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.38

Aspek Aset rumah tangga ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Gender * Aset Rumah Tangga Crosstabulation

			Aset Rumah Tangga			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Gender	Laki-Laki	Count	12	7	3	22
		% within Gender	54.5%	31.8%	13.6%	100.0%
	Perempuan	Count	7	5	1	13
		% within Gender	53.8%	38.5%	7.7%	100.0%
Total		Count	19	12	4	35
		% within Gender	54.3%	34.3%	11.4%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.38 dapat diketahui bahwa aspek aset rumah tangga UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 54.5% dari 22 responden yang bergender laki-laki. Sedangkan aspek aset rumah tangga di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 13.6% dari 22 responden yang bergender perempuan. Jadi aspek aset rumah tangga UMKM pesisir pantai dengan penilaian baik pada masyarakat yang bergender laki-laki lebih diutamakan, terutama perbaikan pada indikator modal pinjaman, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

6. Interaksi Sosial

Tanggapan responden pada aspek Interaksi Sosial dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur diukur dari 2 indikator yaitu: 1) Sosialisasi Pemerintah terkait Pemberdayaan Masyarakat; dan 2) Keterlibatan Pemerintah terkait Pemberdayaan Masyarakat adalah sebagai berikut:

6

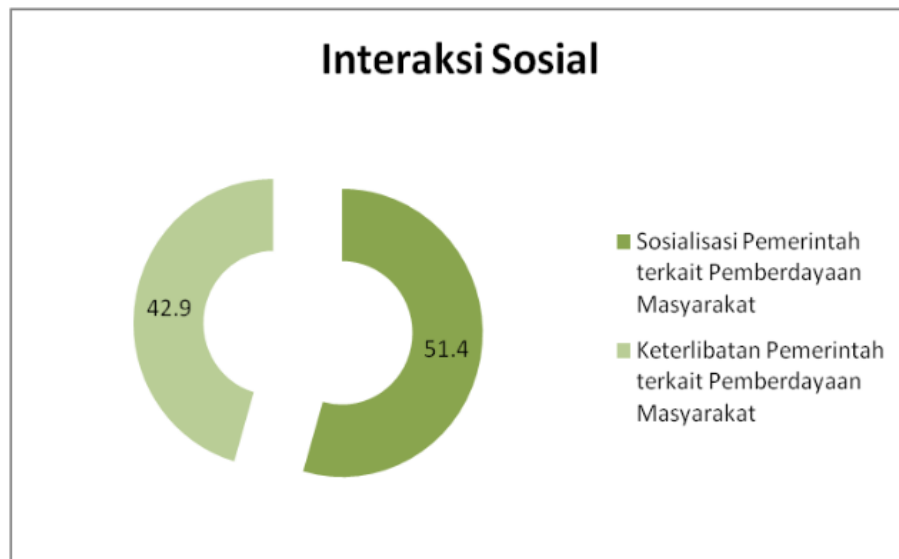
Tabel 3.39
Skor Aspek Interaksi Sosial

No.	Indikator Interaksi Sosial	Pernyataan	Skor Jawaban				Skor (%)	Kategori
			Ya	%	Tidak	%		
1	Sosialisasi Pemerintah terkait Pemberdayaan Masyarakat	IS1	28	80.0	7	20.0	51.4	Kurang Baik
2		IS2	24	68.6	11	31.4		
3		IS3	17	48.6	18	51.4		
4		IS4	13	37.1	22	62.9		
5		IS5	8	22.9	27	77.1		
6	Keterlibatan Pemerintah terkait Pemberdayaan Masyarakat	IS6	18	51.4	17	48.6	42.9	Kurang Baik
7		IS7	15	42.9	20	57.1		
8		IS8	12	34.3	23	65.7		
Skor Perolehan			135	-				
Skor Maks			280	-				
Skor Interaksi Sosial (%)			48.2	Kategori Kurang Baik				

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.37 menunjukkan skor perolehan dari aspek Interaksi Sosial dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat ⁶ sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur sebesar 48.2% berada pada penilaian kurang baik.

Aspek Interaksi Sosial diukur dari 2 indikator dalam membentuk pengembangan ⁶ model manajemen sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, dapat diketahui bahwa indikator sosialisasi dan keterlibatan pemerintah terkait pemberdayaan masyarakat merupakan faktor pembentuk aspek Interaksi Sosial yang terendah (51.4% dan 42.9%) berada pada penilaian kurang baik. Sehingga pada perencanaan selanjutnya perlu mendapat optimalisasi peningkatan pada rencana pada tahap berikutnya Lebih jelas lihat Gambar 3.7.



Gambar 3.7. *Pie Chart* Interaksi Sosial

Hasil identifikasi karakteristik masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur ditinjau dari aspek Interaksi Sosial, dapat dilihat pada Tabel 3.40 s.d Tabel 3.44, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.40**Aspek Interaksi Sosial ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur****Lokasi * Interaksi Sosial Crosstabulation**

			Interaksi Sosial			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Lokasi	Gresik	Count	5	2	0	7
		% within Lokasi	71.4%	28.6%	.0%	100.0%
	Lamongan	Count	5	0	2	7
		% within Lokasi	71.4%	.0%	28.6%	100.0%
	Sidoarjo	Count	4	0	3	7
		% within Lokasi	57.1%	.0%	42.9%	100.0%
	Surabaya	Count	3	2	2	7
		% within Lokasi	42.9%	28.6%	28.6%	100.0%
	Tuban	Count	5	0	2	7
		% within Lokasi	71.4%	.0%	28.6%	100.0%
	Total	Count	22	4	9	35
		% within Lokasi	62.9%	11.4%	25.7%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.40 dapat diketahui bahwa Aspek Interaksi Sosial di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 71.4% dari 7 responden terletak pada lokasi kabupaten Gresik, Lamongan dan Tuban. Sedangkan Aspek Interaksi Sosial di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 42.9% dari 7 responden terletak pada lokasi Kabupaten Sidoarjo. Jadi aspek Interaksi Sosial pada masyarakat pesisir pantai dengan kategori kurang dengan prosentase terbesar adalah kabupaten kabupaten Gresik, Lamongan dan Tuban lebih diutamakan untuk diperbaiki dan ditingkatkan, terutama pada indikator sosialisasi dan keterlibatan Pemerintah terkait Pemberdayaan Masyarakat untuk diperbaiki dan ditingkatkan guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

Tabel 3.41

**Aspek Interaksi Sosial ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Usaha * Interaksi Sosial Crosstabulation

			Interaksi Sosial			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usaha	Hasil Olahan Ikan Laut	Count	5	0	2	7
		% within Usaha	71.4%	.0%	28.6%	100.0%
	Ikan laut	Count	10	2	2	14
		% within Usaha	71.4%	14.3%	14.3%	100.0%
	Souv enir Hasil Laut	Count	7	2	5	14
		% within Usaha	50.0%	14.3%	35.7%	100.0%
Total	Count	22	4	9	35	
	% within Usaha	62.9%	11.4%	25.7%	100.0%	

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.41 dapat diketahui bahwa aspek Interaksi Sosial UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 71.4% dari 7 responden pada hasil olahan ikan laut dan dari 14 responden pada ikan laut. Sedangkan aspek Interaksi Sosial di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 35.7% dari 14 responden pada jenis usaha souvenir hasil laut. Jadi aspek Interaksi Sosial UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada sektor jenis usaha ikan laut dan hasil olahan ikan laut lebih diutamakan diperbaiki, terutama pada perbaikan indikator sosialisasi dan keterlibatan, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

Tabel 3.42**Aspek Interaksi Sosial ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur****Usia * Interaksi Sosial Crosstabulation**

			Interaksi Sosial			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usia > 41 tahun	Count		18	4	7	29
	% within Usia		62.1%	13.8%	24.1%	100.0%
31-40 tahun	Count		4	0	2	6
	% within Usia		66.7%	.0%	33.3%	100.0%
Total	Count		22	4	9	35
	% within Usia		62.9%	11.4%	25.7%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.42 dapat diketahui bahwa aspek Interaksi Sosial UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 66.7% dari 6 responden yang berusia antara 31 – 40 tahun. Sedangkan aspek Interaksi Sosial di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 33.3% dari 6 responden yang berusia antara 31 – 40 tahun. Jadi aspek Interaksi Sosial UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang berusia antara 31 – 40 tahun harus diutamakan, terutama perbaikan pada indikator sosialisasi dan keteriba guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.43

**Aspek Interaksi Sosial ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Gender * Interaksi Sosial Crosstabulation

			Interaksi Sosial			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Gender	Laki-Laki	Count	14	3	5	22
		% within Gender	63.6%	13.6%	22.7%	100.0%
	Perempuan	Count	8	1	4	13
		% within Gender	61.5%	7.7%	30.8%	100.0%
Total		Count	22	4	9	35
		% within Gender	62.9%	11.4%	25.7%	100.0%

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.43 dapat diketahui bahwa aspek Interaksi Sosial UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 63.6% dari 22 responden yang bergender laki-laki. Sedangkan aspek Interaksi Sosial di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 30.8% dari 13 responden yang bergender perempuan. Jadi aspek Interaksi Sosial UMKM pesisir pantai dengan penilaian baik pada masyarakat yang bergender laki-laki lebih diutamakan, terutama perbaikan pada indikator sosialisasi dan keterlibatan, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7. Kelembagaan

Tanggapan responden pada aspek Kelembagaan dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur diukur dari 4 indikator yaitu: 1) Motivasi Keterlibatan pelaku usaha, dinas dan akademisi; 2) Sosialisasi Perizinan; 3) Sosialisasi Amdal dan 4) Sosialisasi PPH adalah sebagai berikut:

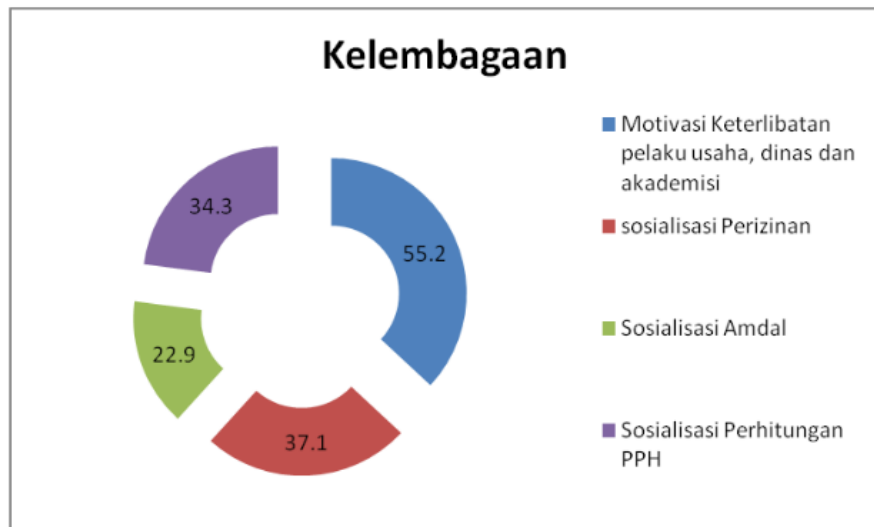
Tabel 3.44
Skor Aspek Kelembagaan

No.	Indikator Pemasaran Produk	Pernyataan	Skor Jawaban				Skor (%)	Kategori
			Ya	%	Tidak	%		
1	Motivasi Keterlibatan pelaku usaha, dinas dan akademisi	LBG1	23	65.7	12	34.3	55.2	Kurang Baik
2		LBG2	22	62.9	13	37.1		
3		LBG3	13	37.1	22	62.9		
4	Sosialisasi Perizinan	LBG4	12	34.3	23	65.7	37.1	Kurang Baik
5		LBG5	12	34.3	23	65.7		
6		LBG6	15	42.9	20	57.1		
7	Sosialisasi Amdal	LBG7	8	22.9	27	77.1	22.9	Kurang Baik
8	Sosialisasi Perhitungan PPH	LBG8	12	34.3	23	65.7	34.3	Kurang Baik
Skor Perolehan			117					
Skor Maks			280					
3	Skor Inovasi produk (%)		41.8	Kategori Kurang Baik				

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.44 menunjukkan skor perolehan dari aspek Kelembagaan dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur sebesar 41.8% berada pada penilaian kurang baik.

Aspek Kelembagaan diukur dari 4 indikator dalam membentuk pengembangan model manajemen sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, dapat diketahui bahwa indikator Motivasi Keterlibatan pelaku usaha, dinas dan akademisi; Sosialisasi Perizinan; Sosialisasi Amdal dan Sosialisasi PPH merupakan faktor pembentuk aspek Kelembagaan yang terendah (55.2%, 37.1% dan 42.9%) berada pada penilaian kurang baik. Sehingga pada perencanaan selanjutnya perlu mendapat optimalisasi peningkatan pada rencana pada tahap berikutnya Lebih jelas lihat Gambar 3.8.



Gambar 3.8. *Pie Chart* Kelembagaan

Hasil identifikasi karakteristik masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur ditinjau dari aspek Kelembagaan, dapat dilihat pada Tabel 3.45 s.d Tabel 3.46, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.45

**Aspek Kelembagaan ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Lokasi * Kelembagaan Crosstabulation

			Kelembagaan			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Lokasi	Gresik	Count	5	1	1	7
		% within Lokasi	71.4%	14.3%	14.3%	100.0%
	Lamongan	Count	5	1	1	7
		% within Lokasi	71.4%	14.3%	14.3%	100.0%
	Sidoarjo	Count	3	3	1	7
		% within Lokasi	42.9%	42.9%	14.3%	100.0%
	Surabaya	Count	3	2	2	7
		% within Lokasi	42.9%	28.6%	28.6%	100.0%
	Tuban	Count	4	2	1	7
		% within Lokasi	57.1%	28.6%	14.3%	100.0%
Total	Count	20	9	6	35	
	% within Lokasi	57.1%	25.7%	17.1%	100.0%	

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.45 dapat diketahui bahwa Aspek Kelembagaan di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 71.4% dari 7 responden terletak pada lokasi kabupaten Gresik dan, Lamongan. Sedangkan Aspek Kelembagaan di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 28.6% dari 7 responden terletak pada lokasi Kabupaten Sidoarjo. Jadi aspek Kelembagaan pada masyarakat pesisir pantai dengan kategori kurang dengan prosentase terbesar adalah kabupaten kabupaten Gresik, dan Lamongan lebih diutamakan untuk diperbaiki dan ditingkatkan, terutama pada seluruh indikator kelembagaan untuk diperbaiki dan ditingkatkan guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur. Surabaya dan tuban kemana???

Tabel 3.46**Aspek Kelembagaan ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur****Usaha * Kelembagaan Crosstabulation**

			Kelembagaan			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usaha	Hasil Olahan Ikan Laut	Count	5	1	1	7
		% within Usaha	71.4%	14.3%	14.3%	100.0%
	Ikan laut	Count	9	3	2	14
		% within Usaha	64.3%	21.4%	14.3%	100.0%
	Souv enir Hasil Laut	Count	6	5	3	14
		% within Usaha	42.9%	35.7%	21.4%	100.0%
Total	Count		20	9	6	35
	% within Usaha		57.1%	25.7%	17.1%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.46 dapat diketahui bahwa aspek Kelembagaan UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 71.4% dari 7 responden pada hasil olahan ikan laut. Sedangkan aspek Kelembagaan di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 21.4% dari 14 responden pada jenis usaha souvenir hasil laut. Jadi aspek Kelembagaan UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada sektor jenis usaha hasil olahan ikan laut lebih diutamakan diperbaiki, terutama pada perbaikan keseluruhan indikator kelembagaan, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

Tabel 3.47

**Aspek Kelembagaan ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir
Pantai di Jawa Timur**

Usia * Kelembagaan Crosstabulation

			Kelembagaan			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usia > 41 tahun	Count		17	7	5	29
	% within Usia		58.6%	24.1%	17.2%	100.0%
31-40 tahun	Count		3	2	1	6
	% within Usia		50.0%	33.3%	16.7%	100.0%
Total	Count		20	9	6	35
	% within Usia		57.1%	25.7%	17.1%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.47 dapat diketahui bahwa aspek Kelembagaan UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 58.6% dari 29 responden yang berusia lebih dari 41 tahun. Sedangkan aspek Kelembagaan di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 17.2% dari 29 responden yang berusia lebih dari 41 tahun. Jadi aspek Kelembagaan UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang berusia lebih dari 41 tahun harus diutamakan, terutama perbaikan pada seluruh indikator kelembagaan guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

Tabel 3.48

**Aspek Kelembagaan ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat
Pesisir Pantai di Jawa Timur**

Gender * Kelembagaan Crosstabulation

			Kelembagaan			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Gender	Laki-Laki	Count	13	5	4	22
		% within Gender	59.1%	22.7%	18.2%	100.0%
	Perempuan	Count	7	4	2	13
		% within Gender	53.8%	30.8%	15.4%	100.0%
Total		Count	20	9	6	35
		% within Gender	57.1%	25.7%	17.1%	100.0%

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.48 dapat diketahui bahwa aspek Kelembagaan UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 59.1% dari 22 responden yang bergender laki-laki. Sedangkan aspek Kelembagaan di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 18.2% dari 22 responden yang bergender laki-laki. Jadi aspek Kelembagaan UMKM pesisir pantai dengan penilaian baik pada masyarakat yang bergender laki-laki lebih diutamakan, terutama perbaikan pada indikator sosialisasi dan keterlibatan, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

8. Strategi Pemasaran

Tanggapan responden pada aspek Strategi pemasaran dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur diukur dari 2 indikator yaitu: 1) Harga; 2) Spesifikasi Branding Produk; dan 3) Distribusi pemasaran produk adalah sebagai berikut:

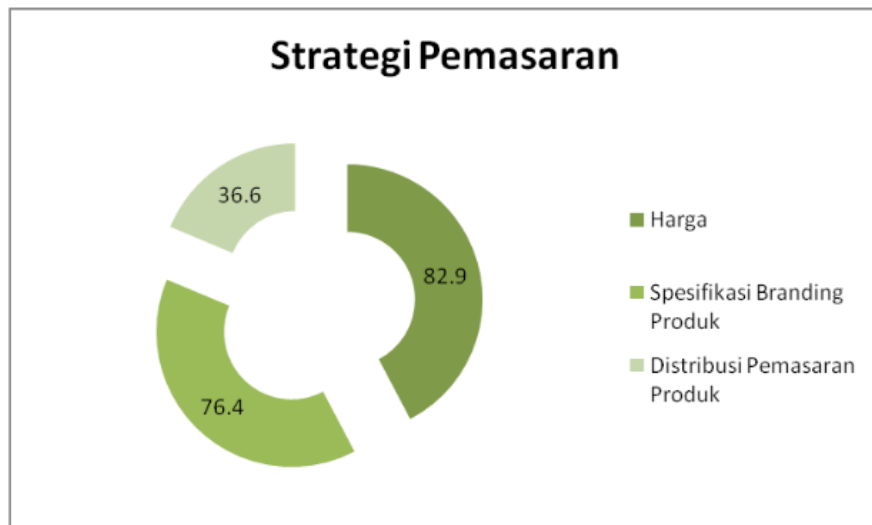
Tabel 3.49
Skor Aspek Strategi Pemasaran

No.	Indikator Strategi Pemasaran	Pernyataan	Skor Jawaban				Skor (%)	Kategori
			Ya	%	Tidak	%		
1	Harga	SP1	29	82.9	6	17.1	82.9	Cukup Baik
2	Spesifikasi Branding Produk	SP2	30	85.7	5	14.3	76.4	Cukup Baik
3		SP3	29	82.9	6	17.1		
4		SP4	29	82.9	6	17.1		
5		SP5	19	54.3	16	45.7		
6	Distribusi Pemasaran	SP6	14	60.0	21	40.0	36.6	Kurang Baik
7		SP7	15	42.9	20	57.1		
8		SP8	9	25.7	26	74.3		
9		SP9	16	45.7	19	54.3		
10		SP10	10	29.6	25	71.4		
Skor Perolehan			200	-				
Skor Maks			350	-				
Skor Strategi Pemasaran (%)			57.1	Kategori Cukup Baik				

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.49 menunjukkan skor perolehan dari aspek Strategi pemasaran dalam membentuk pengembangan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur sebesar 57.1% berada pada penilaian cukup baik.

Aspek Strategi pemasaran diukur dari 3 indikator (Harga, Spesifikasi Branding Produk, dan Distribusi Pemasaran Produk) dalam membentuk pengembangan model manajemen sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur, dapat diketahui bahwa indikator Distribusi Pemasaran Produk merupakan faktor pembentuk aspek Strategi pemasaran yang terendah (36.6%) berada pada penilaian kurang baik. Sehingga pada perencanaan selanjutnya perlu mendapat optimalisasi peningkatan pada rencana pada tahap berikutnya Lebih jelas lihat Gambar 3.9.



Gambar 3.9. Pie Chart Strategi pemasaran

Hasil identifikasi karakteristik masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur ditinjau dari aspek Strategi pemasaran, dapat dilihat pada Tabel 3.50 s.d Tabel 3....., adalah sebagai berikut :

Tabel 3.50
Aspek Strategi pemasaran ditinjau Karakteristik Lokasi Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Lokasi * Strategi Pemasaran Crosstabulation

			Strategi Pemasaran			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Lokasi	Gresik	Count	4	1	2	7
		% within Lokasi	57.1%	14.3%	28.6%	100.0%
	Lamongan	Count	4	0	3	7
		% within Lokasi	57.1%	.0%	42.9%	100.0%
	Sidoarjo	Count	3	2	2	7
		% within Lokasi	42.9%	28.6%	28.6%	100.0%
	Surabay a	Count	2	4	1	7
		% within Lokasi	28.6%	57.1%	14.3%	100.0%
	Tuban	Count	3	3	1	7
		% within Lokasi	42.9%	42.9%	14.3%	100.0%
Total	Count	16	10	9	35	
	% within Lokasi	45.7%	28.6%	25.7%	100.0%	

3 Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.50 dapat diketahui bahwa Aspek Strategi pemasaran di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 57.1% dari 7 responden terletak pada lokasi kabupaten Gresik dan, Lamongan. Sedangkan Aspek Strategi pemasaran di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 42.9% dari 7 responden terletak pada lokasi Kabupaten Lamongan. Jadi aspek Strategi pemasaran pada masyarakat pesisir pantai dengan kategori kurang dengan prosentase terbesar adalah kabupaten kabupaten Gresik, dan Lamongan lebih diutamakan untuk diperbaiki dan ditingkatkan, terutama pada indikator distribusi pemasaran produk, untuk diperbaiki dan ditingkatkan guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.51

Aspek Strategi pemasaran ditinjau Karakteristik Jenis Usaha Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Usaha * Strategi Pemasaran Crosstabulation

			Strategi Pemasaran			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usaha	Hasil Olahan Ikan Laut	Count	4	0	3	7
		% within Usaha	57.1%	.0%	42.9%	100.0%
	Ikan laut	Count	7	4	3	14
		% within Usaha	50.0%	28.6%	21.4%	100.0%
	Souvenir Hasil Laut	Count	5	6	3	14
		% within Usaha	35.7%	42.9%	21.4%	100.0%
Total	Count	16	10	9	35	
	% within Usaha	45.7%	28.6%	25.7%	100.0%	

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.51 dapat diketahui bahwa aspek Strategi pemasaran UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 57.1% dari 7 responden pada hasil olahan ikan laut. Sedangkan aspek Strategi pemasaran di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 42.9% dari 7 responden pada jenis usaha hasil olahan ikan laut. Jadi aspek Strategi pemasaran UMKM

pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada sektor jenis usaha hasil olahan ikan laut lebih diutamakan diperbaiki, terutama pada perbaikan indikator distribusi pemasaran produk, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.52

Aspek Strategi Pemasaran ditinjau Karakteristik Usia Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Usia * Strategi Pemasaran Crosstabulation

			Strategi Pemasaran			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Usia > 41 tahun	Count		14	8	7	29
	% within Usia		48.3%	27.6%	24.1%	100.0%
31-40 tahun	Count		2	2	2	6
	% within Usia		33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
Total	Count		16	10	9	35
	% within Usia		45.7%	28.6%	25.7%	100.0%

Sumber : Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.52 dapat diketahui bahwa aspek Strategi Pemasaran UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 48.3% dari 29 responden yang berusia lebih dari 41 tahun. Sedangkan aspek Strategi Pemasaran di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 33.3% dari 6 responden yang berusia antara 31 – 40 Tahun. Jadi aspek Strategi Pemasaran UMKM pesisir pantai dengan penilaian kurang baik pada masyarakat yang berusia lebih dari 41 tahun harus diutamakan, terutama perbaikan pada indikator distribusi pemasaran produk guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

Tabel 3.53

Aspek Strategi Pemasaran ditinjau Karakteristik Gender Masyarakat Pesisir Pantai di Jawa Timur

Gender * Strategi Pemasaran Crosstabulation

			Strategi Pemasaran			Total
			Kurang	Cukup	Baik	
Gender	Laki-Laki	Count	10	8	4	22
		% within Gender	45.5%	36.4%	18.2%	100.0%
	Perempuan	Count	6	2	5	13
		% within Gender	46.2%	15.4%	38.5%	100.0%
Total		Count	16	10	9	35
		% within Gender	45.7%	28.6%	25.7%	100.0%

3

Sumber : Data Diolah (2019)

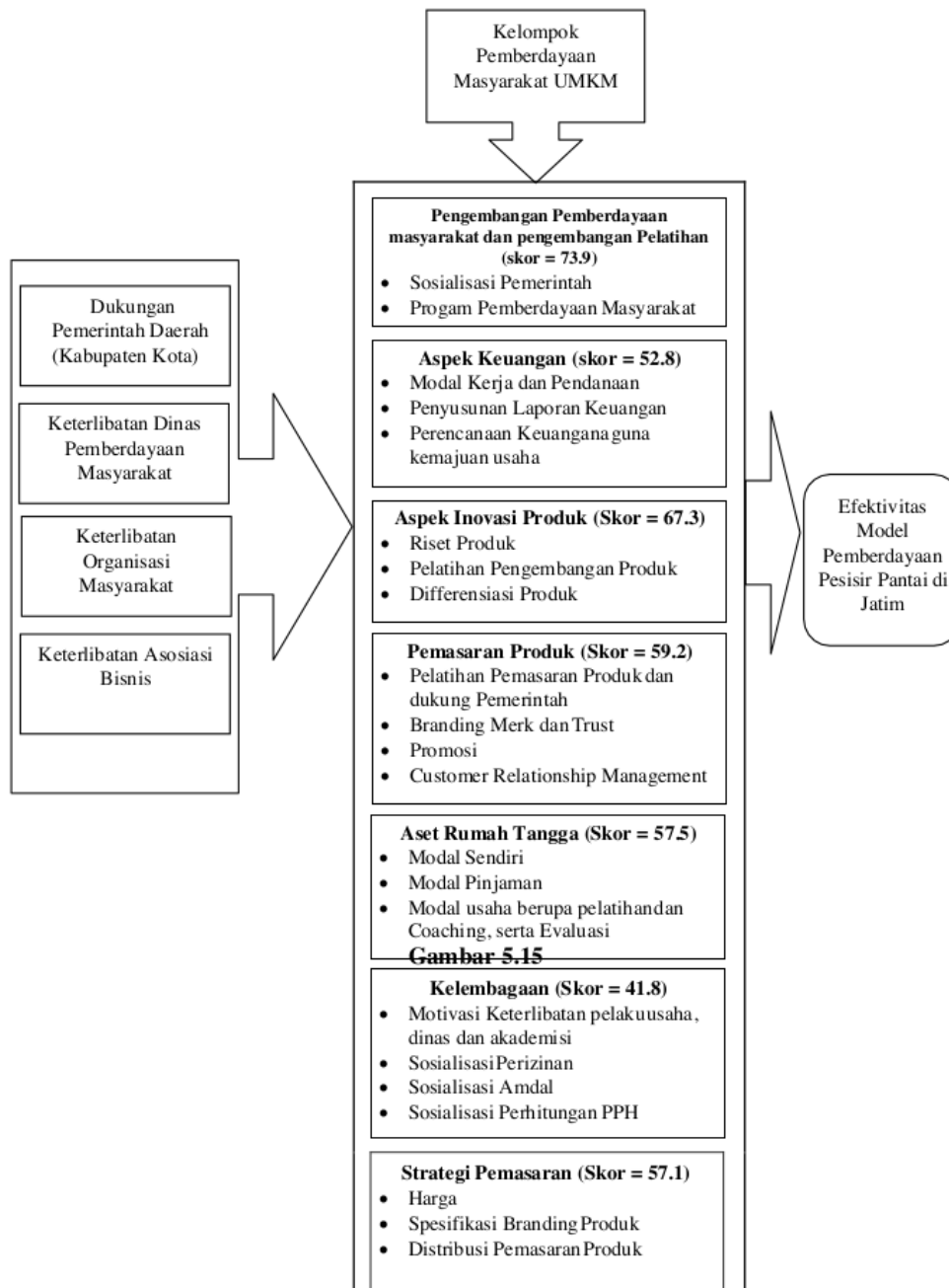
Berdasarkan Tabel 3.53 dapat diketahui bahwa aspek Strategi Pemasaran UMKM di pesisir pantai yang memiliki penilaian kurang baik dengan skor paling tinggi sebesar 46.2% dari 13 responden yang bergender perempuan. Sedangkan aspek Strategi Pemasaran di pesisir pantai yang memiliki penilaian baik dengan skor paling tinggi sebesar 38.5% dari 13 responden yang bergender perempuan. Jadi aspek Strategi Pemasaran UMKM pesisir pantai dengan penilaian baik pada masyarakat yang bergender perempuan lebih diutamakan, terutama perbaikan pada indikator distribusi pemasaran produk, guna pengentasan kemiskinan warga sekitar pesisir pantai di wilayah Jawa Timur.

7

3.3.3 Analisa Model Pemberdayaan Masyarakat Yang Efektif Bagi Sentra UMKM Pada Wilayah Pesisir Pantai Jawa Timur

6

Analisa model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur yang diukur jawaban responden mengenai Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan; Keuangan, Inovasi Produk, Pemasaran Produk, Aset Rumah Tangga, Interaksi Sosial, Kelembagaan, dan Strategi Pemasaran, Lihat Gambar 3.10 hasil observasi model Manajemen Pemberdayaan Terpadu Bagi Kelompok Sentra UMKM Warga Pesisir Pantai Di Jawa Timur.



Gambar 3.10
Model Manajemen Pemberdayaan Terpadu Bagi Kelompok Sentra UMKM Warga Pesisir Pantai Jatim

Berdasarkan Gambar 3.10 dapat diketahui bahwa penerapan model pemberdayaan masyarakat pemberdayaan masyarakat terpadu bagi sentra UMKM Warga Pesisir Pantai Di Jawa Timur terlaksana belum efektif. Hal diperkuat dengan hasil perhitungan T Skor,

3.3.4 Rumusan Model Pemberdayaan Masyarakat Yang Efektif Pada Sentra UMKM wilayah Pesisir Pantai Jawa Timur

Analisa Model Pemberdayaan Masyarakat sentra UMKM wilayah pesisir Jawa Timur yang diukur dengan jawaban responden mengenai aspek pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan, aspek keuangan, aspek inovasi produk, aspek pemasaran produk, aspek asset rumah tangga, aspek kelembagaan dan aspek strategi pemasaran. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 3.10, hasil observasi model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM wilayah pesisir pantai di Jawa Timur.

Berdasarkan pada Gambar 3.10 dapat diketahui bahwa penerapan model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM wilayah pesisir pantai di Jawa Timur terlaksana belum efektif. Hal ini diperkuat dengan hasil perhitungan T skor didapatkan hasil pada Tabel 3.52, sebagai berikut :

Tabel 3.54
Hasil Perhitungan T Skor

Efektifitas				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Tidak Efektif	18	51.4	51.4
	Efektif	17	48.6	48.6
	Total	35	100.0	100.0

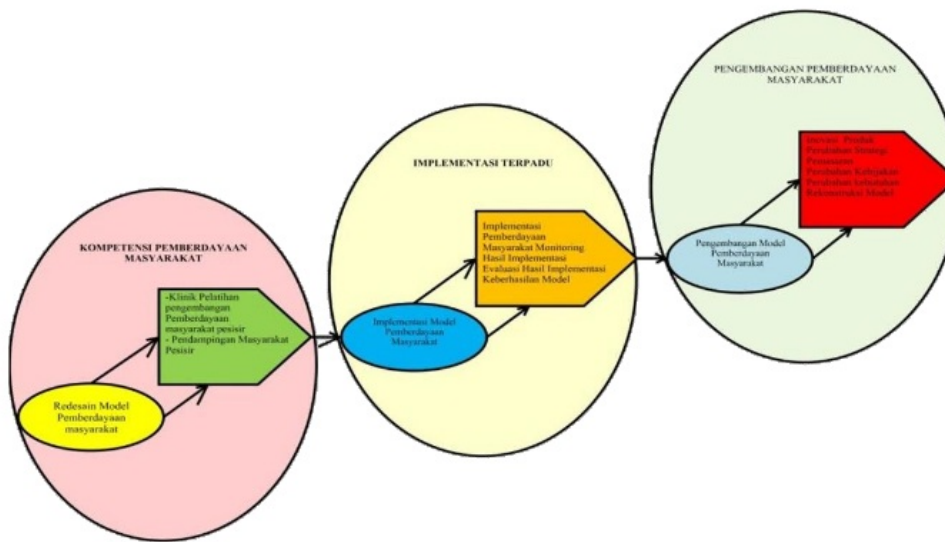
Berdasarkan Tabel 3.52 dapat diketahui bahwa dari 35 responden yang menyatakan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur ini efektif sebesar 48.6%,

Sedangkan yang tidak efektif sebesar 51.4%. Hal ini berarti model pemberdayaan masyarakat pada ⁶sentra UMKM masyarakat pesisir pantai di Jawa Timur tergolong belum efektif.

Sesuai dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa model pemberdayaan masyarakat yang diterapkan oleh pelaku UMKM wilayah pesisir pantai di Jawa Timur yang belum efektif. Maka peneliti perlu mendesain kembali model pemberdayaan masyarakat yang efektif yang disesuaikan dengan kondisi lapangan dengan mereduksi kuesioner untuk mencapai hasil yang maksimal.

3.3.5 Model Pemberdayaan Masyarakat Yang Efektif

Mengacu pada hasil temuan peneliti terkait hasil *mapping* model manajemen pemberdayaan masyarakat warga pesisir pantai di Jawa Timur, yang berada di 5 lokasi obyek penelitian, yaitu : Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan dan Tuban, maka dapat dirumuskan konsep modal pemberdayaan masyarakat sentra UMKM wilayah pesisir pantai di Jawa Timur yang tepat dan efektif, bagi pelaku usaha UMKM dengan redesain model manajemen pemberdayaan UMKM, yang dapat dilihat pada Gambar 5.16, sebagai berikut:



Gambar 3.11. Model Pemberdayaan Masyarakat pada Sentra UMKM Wilayah Pesisir Pantai di Wilayah Jawa Timur

Terlihat Gambar 3.11 diatas menunjukkan bahwa model pemberdayaan masyarakat UMKM ini terdiri dari : (1) Redesain Model Manajemen, (2) Implementasi Model Manajemen, (3) Pengembangan Model Manajemen, seperti tampak pada ilustrasi gambar tersebut diatas, maka dapatlah diuraikan bahwa Model Manajemen Pemberdayaan Sentra UMKM masyarakat pesisir yang efektif bagi pelaku usaha UMKM yang ada pada lokasi sentra UMKM di Jawa Timur, adalah sebagai berikut :

1. Redesain Model Pemberdayaan Masyarakat

Pada tahapan Redesain Model Pemberdayaan Masyarakat Pesisir perlu dilakukan usaha-usaha untuk mendesain ulang untuk tercapainya model Pemberdayaan Masyarakat pesisir di Jawa Timur yang efektif adalah sebagai berikut :

a. Aspek Pelatihan Pemberdayaan Masyarakat Pesisir

Program pelatihan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha UMKM, untuk memberdayakan masyarakat disekitar wilayah pesisir yang

meliputi keuangan, Inovasi produk, memasarkan produk serta legalitas usaha dan disesuaikan dengan karakteristik masyarakat di wilayah pesisir di lokasi masing-masing kabupaten/kota yang dijadikan obyek penelitian. materi pelatihan untuk pengembangan pemberdayaan masyarakat pesisir yang diperlukan dan disesuaikan serta disinergikan dengan program pelatihan antar Institusi pemberian materi pelatihan secara langsung serta pendampingan pada pelaku usaha untuk pengetrapan hasil dari pelatihan yang dilakukan oleh pelaku usaha akan efektif, alokasi waktu lamanya pendampingan minimal 6 bulan untuk mendapatkan hasil yang maksimal, disamping itu perlu diberikan juga tambahan materi pelatihan pada saat pendampingan yang berkaitan dengan penggunaan *Information Technology* (IT) dan *business online* dalam kegiatan usaha yang disesuaikan dengan kondisi saat ini. penyelenggara pelatihan akan lebih baik jika dilakukan kolaborasi antar institusi dalam kegiatan pelatihan, penyelenggara pelatihan harus menyediakan dan membuka ruang dan waktu konsultasi yang cukup bagi masyarakat pelaku usaha UMKM, penyelenggara pelatihan hendaknya melakukan sinkronisasi materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan masyarakat pelaku usaha UMKM, penyelenggara pelatihan harus juga mempertimbangkan kompetensi nara sumber/instruktur yang akan memberikan pelatihan. (dari unsur pengusaha, Perguruan Tinggi sebagai Peneliti, Konsultan Bisnis dari Perguruan Tinggi Peneliti, Pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan usaha, Dinas Terkait).

Pelatihan Pemberdayaan masyarakat, merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan manajerial pada masyarakat pelaku usaha UMKM, oleh karena itu pelatihan ini sangat dibutuhkan untuk mempercepat proses transformasi di bidang manajerial, dengan harapan

pemberdayaan masyarakat pelaku usaha UMKM di wilayah pesisir pantai dapat mengelola usahanya dengan baik melalui implementasi prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat yang modern dan *applicable*, dibidang Keuangan, Asets Rumah Tangga dan Interaksi sosial. Untuk memberi uraian yang lebih detail, dan terinci maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pelatihan Bidang Keuangan

Pelatihan tersebut merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat pelaku usaha UMKM dalam mengelola keuangan hal ini tidak terlepas dari sumberdaya manusia yang lebih bijaksana dan bermartabat yang menyangkut peningkatan *hard skill* dan *soft skill*, sehingga jenis pelatihan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat pelaku usaha UMKM adalah Pelatihan peningkatan keterampilan dalam mengelola keuangan usahanya dengan mengoptimalkan fasilitas yang ada di wilayah pesisir pantai lebih bermartabat dan bermanfaat. Pelatihan ini diharapkan masyarakat akan lebih bijak dalam menggunakan kompetensinya dan dapat meningkatkan keterampilan yang lebih baik lagi, sehingga aktivitas usaha warga menjadi lebih inovatif dan bernilai ekonomis di pasar sehingga kesejahteraan masyarakatnya meningkat lebih baik.

Pelatihan dalam bidang keuangan sangatlah penting bagi pemberdayaan masyarakat karena masyarakat akan lebih mudah dalam mengetahui kebutuhan dana/modal dalam menjalankan usaha, Aspek keuangan merupakan upaya untuk meningkat kemampuan masyarakat pelaku usaha UMKM dalam hal mengelola keuangan menjadi lebih baik yang menyangkut sumber dana, pembukuan/akuntansi sederhana, pemanfaatan informasi, kemitraan dengan lembaga pembiayaan, pembuatan laporan keuangan.

Pembuatan proposal untuk pengajuan kredit ke Bank atau lembaga keuangan lainnya Langkah konkrit yang dapat meningkatkan pengelolaan keuangan atas hasil usahanya, maka pelatihan yang sangat diperlukan oleh masyarakat adalah jenis pelatihan akuntansi dan penyusunan laporan keuangan sederhana yang aplikatif dengan kondisi masyarakat pelaku usaha UMKM dan pemanfaatan informasi untuk memperoleh akses permodalan. Pelatihan ini diharapkan dapat mendorong para pelaku usaha sentra UMKM dapat mengelola aktivitas usahanya dengan cara yang lebih sistematis, cermat dan efektif sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dengan instrumen yang sederhana.

2) Pelatihan Inovasi Produk

Pelatihan bidang inovasi produk diarahkan pada suatu upaya untuk meningkatkan jumlah varian produk, kualitas produk, karena masyarakat pelaku usaha akan terus melakukan inovasi-inovasi produknya untuk menarik konsumen, dalam melakukan inovasi produk dapat bekerjasama dengan perguruan tinggi.

3) Pelatihan Pemasaran Produk

Pelatihan bidang pemasaran diarahkan pada satu upaya bagaimana membangun strategi pemasaran produk menjadi lebih baik lagi yang menyangkut kreativitas dalam pemilihan barang, label kemasan, harga jual yang layak, cakupan pasar, penawaran promosi serta memberi pelayanan kepada pengunjung dengan beretika dan santun. Upaya untuk melakukan peningkatan pada kemampuan pemasaran bagi pelaku usaha UMKM maka jenis pelatihan yang sangat diperlukan adalah pelatihan tentang kreativitas pemilihan barang, penentuan harga yang kompetitif, dan menjalin komunikasi dengan

pembeli. Pelatihan ini diharapkan akan mampu meningkatkan potensi pemasaran barang dagangan menjadi lebih strategis dan berorientasi pada kepuasan pelanggan yang disesuaikan dengan kondisi saat ini.

Disamping itu para pelaku usaha juga diajarkan memasarkan produk melalui online yang sedang marak saat ini , untuk mendorong jumlah omset penjualan produk

4) Pelatihan Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat Pesisir

Pelatihan ini merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha UMKM dalam membaca situasi lingkungan yang bersifat dinamis dalam rangka menjamin keberlanjutan usahanya karena kemajuan teknologi dan informasi, munculnya persaingan global maupun perubahan selera konsumen. Kemampuan untuk memahami perubahan lingkungan eksternal tentu diperlukan agar pelaku UMKM dapat mengantisipasi adanya faktor yang mempengaruhi aktivitas usahanya yang meliputi peningkatan manajerial, kebutuhan inovasi, bertindak kreatif, tata kelola keuangan, pemanfaatan teknologi informasi dan kemitraan, sehingga pelatihan ini harus berorientasi untuk membangun keberlanjutan usahanya melalui aktivitas yang kreatif dan inovatif dalam membangun keunggulan berkesinambungan. Pelatihan ini diharapkan dapat memacu budaya inovatif dan kreatif yang terkait dengan pengembangan Pemberdayaan masyarakat untuk melakukan usaha UMKM agar aktivitas dari sekelompok masyarakat dapat berjalan lebih baik serta mampu mengantisipasi perubahan selera konsumen yang dinamis, orientasi pada pelanggan, menggali apa yang menjadi selera dan kebutuhan yang dari pelanggan, meningkatkan kepuasan pengunjung, capaian kinerja yang terus

meningkat, oleh karena itu pengembangan Pemberdayaan Masyarakat merupakan suatu konsep untuk menjamin keberlanjutan usaha UMKM dengan tetap bertahan pada posisi strategisnya tanpa berdampak pada pudarnya usaha serta penurunan kinerjanya. Serta adanya suatu interaksi sosial antara masyarakat pesisir dan pelaku usaha dengan masyarakat sekitar.

5) Pelatihan Aspek Legalitas

Pelatihan aspek legalitas merupakan upaya strategis untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan baru bagi para pelaku usaha di sentra UMKM, agar mengetahui pentingnya aspek legalitas yang diperlukan untuk menjamin usaha yang berkelanjutan karena memiliki perlindungan aspek hukum yang jelas serta dapat menggunakan aspek legalitas ini untuk melakukan kerjasama atau kemitraan dengan pihak lain, oleh karena itu aspek legalitas dapat mendorong pelaku usaha berperilaku tertib hukum (pentingnya paguyuban, koperasi, berserikat, kepemilikan ijin usaha, NPWP dan lainnya).

Aspek Pendampingan Manajemen : Pelaku usaha UMKM yang berada di wilayah pesisir setelah mendapatkan pelatihan secara kontinyu dan terjadwal hendaknya diperlukan pendampingan baik secara mandiri ataupun perwakilan kelompok usaha/sentra UMKM tertentu atau langsung pelaku usaha UMKM setempat, jumlah peserta pelatihan harus dibatasi (maksimal 25 orang) agar kegiatan pelatihan bisa berjalan efektif, serta mempermudah dalam pelaksanaan pendampingan peserta pelatihan dikelompokkan berdasarkan atas kebutuhan pelatihan/pengalaman peserta. Selanjutnya dilakukan pendampingan oleh Perguruan Tinggi, Dinas

Terkait, Pemerintah daerah setempat, pengusaha, Dinas Koperasi dan UMKM.

Pendampingan yang benar tentu dapat memahami apa yang menjadi kebutuhan riil para pelaku usaha UMKM, sehingga materi pelatihan dapat diimplementasikan dengan cara yang benar serta memberi dampak positif terhadap keberhasilan usahanya. Program pendampingan yang baik membutuhkan waktu enam bulan yang terbagi menjadi tiga tahapan yang meliputi:

1) Pendampingan Materi Pelatihan

Program ini membutuhkan waktu dua bulan di, tujuannya adalah memberi pendampingan materi pelatihan yang pernah diperoleh (sebagai mentor) dan dilakukan secara langsung kepada pelaku UMKM, terutama yang terkait dengan penyesuaian atas materi pelatihan dengan kondisi riil para pelaku UMKM. Kegiatan ini diharapkan mampu untuk melakukan penyesuaian materi, modifikasi materi pelatihan yang lebih selaras dengan kondisi riil di lapangan, sehingga implementasi semua aspek manajerial (non pisik) dapat diterapkan dengan baik dan monitoring dapat berjalan dengan konsisten melalui konsultasi secara langsung setiap minggu dengan para mentor selama proses pendampingan berjalan.

2) Pendampingan *Monitoring*

Program ini membutuhkan waktu dua bulan tujuannya adalah melakukan monitoring atas implementasi dari materi pelatihan yang sudah dijalankan selama enam bulan. Melalui pendampingan monitoring diharapkan serangkaian implementasi aspek non pisik (manajerial) yang telah dilakukan pendampingan selama 6 bulan tetap berjalan sesuai yang direncanakan serta

melihat secara langsung keberhasilan implementasi semua aspek manajemen terhadap aktivitas usaha UMKM. Monitoring akhir dari tahap ini adalah untuk mengukur dampak positif pada kinerja usaha pelaku UMKM secara riil serta perkembangan usahanya yang terukur melalui perolehan laba, pertumbuhan modal, pertumbuhan jumlah produk dan varian produk, hal tersebut tentu saja dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha.

3) Pendampingan Keberhasilan

Program ini terjadi pada dua bulan terakhir pada 6 bulan terakhir, dengan masa kunjungan setiap akhir bulan yang bertujuan untuk memastikan keberhasilan implementasi aspek pemberdayaan masyarakat terhadap aktivitas usaha pelaku UMKM dengan melakukan evaluasi keberhasilan, atas penerapan materi pelatihan, merekonstruksi model tiap aspek manajemen serta membuat indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan semua aspek manajemen terhadap kinerja usaha UMKM di wilayah pesisir pantai.

Program pendampingan merupakan bagian dari sub model Pemberdayaan masyarakat pelaku usaha UMKM yang efektif, namun pelaksanaan pendampingan membutuhkan satu pemikiran yang komprehensif karena memerlukan sumberdaya pendamping yang mumpuni, waktu yang lama dan biaya operasional yang besar, oleh karena itu tahap pendampingan akan berhasil jika para pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan UMKM mampu bersinergi secara *ter-integrated* menjadi satu pilar yang disebut *triple helix ABG (academic, business, government)*, dimana pilar yang terdiri dari kalangan akademisi, bisnis dan birokrasi ini mampu merumuskan

kebijakan yang strategis, didukung oleh pemberdayaan masyarakat secara optimal dan berjalan secara konsisten dan berkelanjutan.

2. Implementasi Model Pemberdayaan Masyarakat Sentra UMKM

Pada tahapan Implementasi Model Pemberdayaan Masyarakat perlu dilakukan usaha-usaha untuk :

1) Implementasi Pemberdayaan masyarakat

Identifikasi pelaku usaha dalam pengembangan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pelatihan selanjutnya adalah mengimplementasikan model pemberdayaan masyarakat, memonitor dan mengevaluasi keberhasilan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pelatihan-pelatihan yang sudah dilaksanakan dapat diimplementasikan secara riil seperti pada pelatihan memberdayakan masyarakat, keuangan, inovasi produk, memasarkan produk. Sehingga dapat diketahui keberhasilan nya dalam memberdayakan masyarakat wilayah pesisir pada sentra-sentra UMKM.

2) Implementasi *Monitoring*

Dalam memonitor keberhasilan dari pelaku usaha UMKM pada pemberdayaan masyarakat wilayah pesisir maka perlu dilakukan monitoring, hal tersebut adalah untuk mengetahui perkembangan kegiatan usaha ke arah yang lebih baik dan menunjukkan hasil yang lebih meningkat dari waktu ke waktu. Monitoring hasil redesain pemberdayaan masyarakat sesuai dengan kondisi riil, monitoring hasil implementasi pemberdayaan masyarakat di lapangan/tempat pelatihan, monitoring kinerja hasil (yang dapat dicapai). Diharapkan dapat dilakukan evaluasi tindakan terhadap dampak pengetrapan pemberdayaan masyarakat sentra UMKM dengan kondisi lapangan sehingga dapat dilakukan perbaikan secara langsung melalui

rekonstruksi kondisi fisik dengan implementasinya secara riil. Monitoring dapat dilakukan dalam kurun waktu yang memadai agar dapat dipastikan bahwa model pemberdayaan masyarakat telah diimplementasikan sesuai dengan cara yang benar dan dilakukan secara konsisten sehingga memberikan ruang yang cukup bagi pelaku UMKM untuk menjalankan model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM yang ada ditempat usahanya dan memberikan manfaat riil bagi pelaku usaha di sentra UMKM wilayah pesisir.

3) Evaluasi hasil implementasi

Pemberdayaan Masyarakat wilayah pesisir pantai perlu dilakukan evaluasi pada implementasinya hal tersebut untuk mengetahui kondisi secara riil di lapangan yang telah dilakukan oleh pelaku usaha UMKM tersebut: evaluasi hasil redesain model pemberdayaan masyarakat dengan kondisi riil, evaluasi hasil implementasi model pemberdayaan masyarakat di lapangan/tempat, evaluasi kinerja hasil pelatihan (yang dapat dicapai).

4) Keberhasilan model pemberdayaan masyarakat

Manfaat model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM masyarakat pesisir melalui 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). Disamping itu untuk melihat keberhasilan dari suatu model pemberdayaan masyarakat adalah dari pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha, legalitas usaha, memasarkan produk dapat berjalan dan dilakukan secara bersamaan untuk meningkatkan usaha dan secara berkelanjutan.

Hal tersebut tidak lepas dari keikutsertaan dari unsur Pemerintah daerah lurah, camat dinas terkait, lembaga yang peduli dengan pengembangan pemberdayaan masyarakat dan dari perguruan tinggi.

3. Pengembangan Model Manajemen Sentra UMKM

Tahap pengembangan merupakan upaya untuk memandirikan pelaku usaha UMKM slap menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi dan memberi dampak ancaman pada keberlangsungan usaha UMKM itu sendiri dimasa mendatang, oleh karena itu tidak ada jalan lain bahwa model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM akan efektif dan dapat bertahan dalam lingkungan persaingan yang dinamis, maka harus disertai dengan upaya membekali kemampuan untuk pengembangan pemberdayaan masyarakat yang tinggal disekitar sentra UMKM harus dinamis dan *acceptable*. Tahap pengembangan merupakan proses pendewasaan pada pelaku UMKM agar dapat bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin komplek dan rumit. Tahap pengembangan merupakan upaya bagaimana para pelaku usaha UMKM terus melakukan aktivitas yang kreatif serta inovatif dalam mengikuti perubahan pola pengelolaan sentra UMKM yang aplikatif serta mampu memandu aktivitasnya sepanjang waktu melalui implementasi pengelolaan usaha yang memadai. Yang dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Tahap pengembangan dapat dilakukan melalui pola yang sederhana yaitu:

- 1) Mengidentifikasi perubahan-perubahan yang terjadi ditengah masyarakat
- 2) Mengidentifikasi kebutuhan sumberdaya yang diperlukan untuk mewujudkan dan memenuhi kebutuhan perubahan yang terjadi ditengah masyarakat dengan tingkat kompleksitas yang tinggi, khususnya perubahan fasilitas fisik maupun pelayanan yang lebih baik

bagi pengunjung.

- 3) Rekonstruksi model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM jika dirasa sudah tidak mampu lagi menumbuhkan pengembangan usaha, yang disebabkan karena adanya perubahan-perubahan pada pengembangan sentra UMKM yang semakin kompleks,
- 4) Perubahan pengembangan yaitu kebutuhan untuk melakukan penyesuaian model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM menjadi lebih efektif dan efisien, sehingga mampu untuk menumbuhkan usahanya menjadi lebih baik, capaian kinerja yang lebih terarah dan hasil kerja yang lebih layak.

Kebutuhan Pengembangan Model Pemberdayaan Masyarakat

- a. Model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM yang efektif membutuhkan dukungan dari *stakeholder* sebagai instrumen penggerak sekaligus sebagai pelaku usaha UMKM baik langsung maupun tidak langsung, bersifat kompleks, oleh karena itu pihak pemangku kepentingan perlu mempertimbangkan perannya dalam rangka menjamin keberlanjutan usaha UMKM sesuai dengan kapasitasnya dan melakukan upaya riil serta bersinergi satu sama lainnya agar dapat memberi sumbangsih secara optimal, komprehensif, konsisten serta berkelanjutan.
- b. Pengembangan model pemberdayaan masyarakat sentra UMKM sebagai model membutuhkan dukungan dari *stakeholder* yang terdiri dari: a) *triple helix* yaitu optimalisasi peran kolaborasi tiga pilar utama yang terdiri kalangan akademisi, pelaku bisnis dan birokrasi, b) pemberdayaan pilar masyarakat dan c) terintegrasinya komunitas UMKM yaitu pelaku UMKM dan sentra UMKM.
- c. Model pengembangan pemberdayaan masyarakat sentra UMKM merupakan satu kebutuhan yang tidak dapat dihindari karena perubahan global, perubahan ingin terus eksis, tuntutan selera masyarakat dan

teknologi, sehingga peran *stakeholder* sangat menentukan arah perubahan model pengelolaan yang *acceptable* dengan lingkungannya, oleh karena itu keterlibatan *stakeholder* secara *ter-integrated* tentu akan mempercepat proses nilai tambah bagi UMKM.

- d. Bermitra dengan kalangan pebisnis atau pemerintah adalah kata kunci dan langkah strategis untuk pengembangan UMKM, sehingga dapat disusun kerja sama yang terintegrasi dan bersinergi. Tugas utama dari pendidikan tinggi adalah menyelenggarakan bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat serta penunjang lainnya, oleh karena itu tugas dibidang penelitian dan pengabdian pada masyarakat merupakan tugas yang dapat diimplementasikan dengan cara memberi pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM, tentu sesuai dengan kompetensi masing-masing lembaga pendidikan tinggi.

Pada Pengembangan Model pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan melalui:

a. Perubahan Bisnis

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 dengan cara menambah varian produk, cara memasarkan produk, pemberian kemasan yang menarik, dan disesuaikan dengan kondisi saat ini dengan melihat selera konsumen disamping itu juga perlu dilakukan penataan pembukuan sesuai dengan akuntansi yang sederhana yang mudah dipahami. Hal tersebut adalah untuk memudahkan dalam membuat perencanaan kedepannya secara tertib dan konsisten dalam hal meningkatkan jumlah produksi, meningkatkan jumlah keuntungan

meningkatkan jumlah varian produk, meningkatkan dalam hal memasarkan produk.

b. Perubahan Persaingan

Adanya perkembangan pelaku usaha pada produk, kualitas, varian, harga produk yang ditawarkan dengan pelaku usaha UMKM baik yang berada di sentra-sentra UMKM ataupun yang berada diluar sentra UMKM. Maka harus bias melihat situasi dan kondisi secara riil yang ada di lapangan, diharapkan para pelaku usaha dapat mengetahui lawan/pesaing dalam hal memproduksi barang, varians, harga, kemasan, legalitas, juga dalam hal memasarkannya.

c. Perubahan Kebijakan

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. Dengan cara pembuatan ijin Usaha, pengurusan NPWP, pengurusan yang juga berkaitan dengan pengenaan pajak UMKM Halal pada produk yang dihasilkan, hal tersebut untuk memudahkan pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dan mempermudah dalam pengajuan kredit perbankan. Dan pembayaran pajak.

d. Perubahan Kebutuhan

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 pemberdayaan masyarakat 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. Perubahan-perubahan tersebut harus disesuaikan dengan lokasi atau daerah yang diteliti.

e. Rekonstruksi Model

Adanya perubahan atas sumberdaya pemilik/pelaku usaha UMKM (usaha telah berkembang), adanya perubahan pada bisnis yang dijalankan (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.yang mudah dijangkau oleh konsumen infrastruktur perlu mendapat perhatian

Membakukan Model Manajemen Sentra UMKM Wilayah Pesisir

Mengacu dari hasil evaluasi dan rekonstruksi model pemberdayaan masyarakat yang efektif, maka langkah berikutnya adalah membakukan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM di wilayah pesisir pantai di Jawa Timur. maka perlu kiranya peneliti membakukan Redesain Model Pemberdayaan Masyarakat sentra UMKM tersebut. yang telah diuji sekaligus diterapkan penggunaannya oleh para pelaku usaha/ masyarakat di wilayah pesisir pantai di masing-masing lokasi yang menjadi obyek penelitian setelah melakukan pengujian dalam penyempurnaan model pemberdayaan masyarakat yang efektif yang sesuai dengan karakteristik masyarakat disekitar sentra UMKM wilayah pesisir di 5 lokasi yaitu Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan dan Tuban sebagai obyek penelitian maka selanjutnya peneliti melakukan pembakuan Redesain model

pemberdayaan masyarakat dalam bentuk paten sederhana dan mendaftarkan pada HKI (Hak Kekayaan Intelektual)

3.4. Capaian Luaran Penelitian

Capaian Luaran Penelitian yang sudah dikerjakan sampai dengan Laporan Kemajuan penyerapan anggaran 100%, sebagai berikut :

- 1) Telah teridentifikasi identitas dan karakteristik responden pelaku usaha UMKM yang berlokasi pada 5 kota/kabupaten di Jawa Timur yaitu kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kabupaten Gresik, kabupaten Lamongan, dan kabupaten Tuban.
- 2) Telah teridentifikasi karakteristik responden di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur yaitu Kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Gresik, Kabupaten Lamongan, dan Kabupaten Tuban) berdasarkan indikator yang digunakan dalam kuesioner
- 3) Telah dihasilkan mapping jawaban atas pernyataan dalam kuesioner atas pengembangan pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM warga pesisir sebagai pelaku usaha UMKM yang berada pada sentra UMKM di 5 lokasi obyek penelitian di Jawa Timur
- 4) Melakukan uji coba desain model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM warga pesisir yang efektif selanjutnya di analisis pada wilayah pesisir di 5 kota/kabupaten di Jawa Timur yang sudah dibuat.
- 5) Membakukan model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM warga pesisir 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.
- 6) Menyusun dan melaksanakan :
 - a. Seminar hasil penelitian dan proseding: Seminar Nasional
 - b. Penyusunan draft jurnal, dan publikasi jurnal internasional,

- c. Mendaftarkan HAKI (Terdaftar) tentang Pengembangan pemberdayaan masyarakat pada Sentra Usaha Mikro Kecil Menengah
- d. Pembuatan buku Perekayasaan Sosial mengenai pengembangan pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM (ISBN)
- e. Menyusun Buku Ajar tentang pemberdayaan masyarakat (ISBN)

Penyerapan anggaran sampai dengan 100% dari total anggaran yang telah disetujui oleh Kemenristek Dikti telah habis digunakan oleh tim peneliti untuk kegiatan survey lapangan (observasi), penyebaran kuesioner pada 5 (lima) lokasi obyek penelitian yaitu Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan, dan Tuban, pengumpulan data, melakukan kegiatan sosialisasi, melakukan koordinasi serta *Focus Group Discussion* (FGD) dengan Pakar Sumber Daya Manusia, para pelaku usaha UMKM yang berada di 5 (lima) lokasi kota/kabupaten, maupun untuk mempersiapkan keperluan wajib yang harus dipenuhi sebagai luaran dalam penelitian ini (mengikuti seminar hasil penelitian dan proseding, penyusunan jurnal dan publikasi jurnal internasional, pengurusan dan pendaftaran HAKI berupa Paten sederhana, pembuatan Buku Model Perekayasaan Sosial mengenai pengembangan model Manajemen sentra UMKM yang efektif, serta menyusun Buku Ajar.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penelitian ke-2 Model Pemberdayaan Masyarakat Bagi Kelompok Sentra UMKM Warga Pesisir Pantai Di Jawa Timur, dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Temuan identifikasi karakteristik (lokasi, jenis usaha, usia dan *gender*) pemberdayaan masyarakat yang terlibat dalam pengembangan Sentra UMKM pada kawasan pesisir pantai di Jawa Timur ini meliputi 5 kota/kabupaten di Jawa Timur (kota Surabaya, kabupaten Sidoarjo, kota/kabupaten Gresik, kota/kabupaten Lamongan dan kota/kabupaten Tuban) dalam Redesain Model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM yang efektif yang terdiri dari aspek Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Pelatihan yang efektif dengan karakteristik lokasi Surabaya yang baik, souvenir hasil laut yang baik dengan usia produktif 31-40 tahun dengan wanita karier; Aspek Keuangan, Aspek Inovasi Produk, Pemasaran Produk, Aset Rumah Tangga, Interaksi Sosial, Kelembagaan, dan Strategi Pemasaran. Dalam redesain telah ditemukan bahwa ada 3 aspek yang memiliki kinerja kurang baik, yaitu aspek keuangan, aspek interaksi sosial dan aspek kelembagaan.
2. Pola pemberdayaan masyarakat yang terlibat dalam pengembangan Sentra UMKM pada kawasan pesisir pantai di Jawa Timur dengan melakukan redesain model pemberdayaan dengan optimal memperbaiki 3 aspek yang dinilai masih kurang yaitu Aspek keuangan, aspek inovasi produk dan aspek kelembagaan.

3. Konsep model pemberdayaan masyarakat yang efektif dalam pengembangan Sentra UMKM pada kawasan pesisir pantai di Jawa Timur yaitu dengan menunjukkan bahwa model pemberdayaan masyarakat pada sentra UMKM ini terdiri dari : (1) Redesain Model Manajemen, (2) Implementasi Model Manajemen, (3) Pengembangan Model Manajemen.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan untuk :

1. Diharapkan model pemberdayaan masyarakat yang efektif dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM wilayah pesisir yang akan diimplementasikan pada redesign model pemberdayaan masyarakat melalui pola perencanaan yang matang dengan jalan membuat rencana program pemberdayaan masyarakat yang bisa diterapkan 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 Pemberdayaan Masyarakat yang disertai dengan kegiatan inovasi produk untuk memastikan keberhasilan dan ketepatan model redesign yang diterapkan. Dengan adanya kegiatan inovasi ini diharapkan ukuran keberhasilan redesign model pelatihan yang diterapkan akan tepat sasaran dan sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan para pelaku usaha UMKM melalui riset produk dan diferensiasi produk.

3. Sebaiknya perlu adanya pembenahan pada aspek keuangan model pemberdayaan masyarakat, karena temuan hasil penelitian menunjukkan perencanaan keuangan untuk kemajuan usaha berada pada kategori kurang baik.
4. Agar pemberdayaan masyarakat dapat berjalan efektif, diharapkan pihak yang berwenang dapat memperbaiki aspek kelembagaan melalui indikator (1) Motivasi Keterlibatan pelaku usaha, dinas dan akademisi; (2) Sosialisasi Perizinan; (3) Sosialisasi Amdal, dan Sosialisasi Perhitungan PPH.

DAFTAR PUSTAKA

- Mardikanto Totok & Soebiato Poerwoko, 2013 “Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik, Alfa Beta Bandung
- Rusdiana, 2013, Kewirausahaan Teori dan Praktek, Pustaka Setia Bandung
- Agustina Tri Siwi, 2015, Kewirausahaan Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UMKM Indonesia, Mitra Wacana Merdia Jakarta
- Tambunan Tulus, 2017, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Ghalia Indonesia, Ciawi Bogor
- Subanar Harimurti, 2012, Manajemen Usaha Kecil, BPFE Yogyakarta
- Fitriati Rachma, 2015, Menguk Daya Saing UMKM Industri Kreatif sebuah riset tindakan berbasis Soft Systems methodology, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta
- Bungin Burhan, 2005, Rancangan Metodologis, Analisis Data Kualitatif dalam Pemahaman Filosofis dan Metodologis Kearah Penguasaan Model Aplikasi, PT. Raja Grafindo Persada Jakarta
- Mubyarto, 2004, Pemberdayaan Ekonomi Rakyat dan Peranan Ilmu-Ilmu Sosial, Aditya Media Prisma No.6 (Juni 197) 42-53 Yogyakarta
- Pribadi Fancholiq, Mundung Andreas, 2007, Manajemen Usaha UMKM , Konsep Pengalaman empiris dan the best practice, Bayumedia Publishing, Malang
- Tanjung Azrul ,2014, Koperasi dan UMKM sebagai fondasi Perekonomian Indonesia, Penerbit Erlangga, Surabaya
- Indarti Iin & Kuntarti Yeni, Model Pemberdayaan Sumber Daya Masyarakat Pesisir melalui Re-engineering Ekonomi berbasis Koperasi Berkelanjutan, STIE Widya manggala Semarang, Proseding Semnas Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank ISBN 978-979-3649-81-8
- 2
Cresswell Jhon, 2017, Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta

- Prasnowo Adi, 2017, Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil dan Menengah untuk meningkatkan Efektifitas Usaha Kecil Menengah, Jurnal Engineering and sains Volume 1 Nomer 1, 17-24
- Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil Tahun 2012-2032
- Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan RI Nomer 40/Permen-KP/2014 tentang Peran serta dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil
- Peraturan Walikota Surabaya Nomer 62 tahun 2016 Tentang Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta tata kerja Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya
- Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), 2015, Kerjasama LIPI dan Bank Indonesia
- Profil Desa Pesisir Provinsi Jawa Timur, 2016, Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Timur
- Retno dkk, 2013, Pengembangan Model Daya Saing UMKM Batik Melalui ECS, Jurnal Binus Busines Review, Volume 4 No. 1 Mei 2013, 41-57
- Richard L.Daft, Management, buku 1, Edisi 6, 2008, terjemahan Edward Tanujaya, Shirly Tiolina, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Silalahi, 2009, Metode Penelitian Sosial Kuantitatif, Refika Aditama, Bandung
- Stephen P.Robbins, Mar Coulter, Manajemen, jilid 1 Edisi 7, 2004, Alih Bahasa T. Hermaya, Harry Slamet, Penerbit PT Indeks kelompok Gramedia.
- Sugiono, 2013, Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (mixed methods) Penelitian Tindakan, Penelitian evauasi, Penerbit Alfabeta
- Taufik Mokhamad, Hartono, 2011, Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat, Jurnal WIGA, Vol.1 No.1 Maret 2011 ISSN NO. 2088-0944
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 27 tahun 2007 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil

Yuli Rahmini Suci, 2017, Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia, Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, Vol. 6 No.1 Januari 2017

Peraturan Menteri Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Nomer : 40/ Permen KP/2014 tentang Peran Serta dan Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil

² Adnan Husada Putra, 2016, Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora, Jurnal Analisa Sosiologi, oktober 2016, 5(2), 40-52

Arikunto, 2010, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta, Rineka Cipta

Azwar Saifuddin, 2015, Metode Penelitian , Penerbit Pustaka Pelajar

Fayol Henry, 2000 Industri dan Manajemen umum, Terjemahan Winardi, London: Sir Issac and Son.

Henry Mintzberg, The Nature of Management Work, 1973, Harper & Row, Publishers Inc.

² Hubeis. M 200, Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis, Jakarta, Ghalia Indonesia

John.W.Creswell, 2017, Cetakan ke VI, Edisi ke 3 Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta

John. W. Creswell, 2018, edisi ke 3, Penelitian Kualitatif & Desain Riset, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta

² Lila Bismila, 2016, Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektifitas Usaha Kecil Menengah, Jurnal Enterpreneur dan Enterpreneurship, Volume 5 Nomer 1, Maret 2016

² M. Adhi Prasnowo dkk, Strategi Pengembangan Sentra Industri, Kecil, Menengah Produksi Krupuk, 2017, Engineering and Sains Journal, Volume 1 nomer 1 juni 2017, 17-24

M. Burhan Bungin, 2017, Edisi ke2, Penelitian Kualitatif, Penerbit Kencana, Jakarta

- Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil Tahun 2012-2032
- Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan RI Nomer 40/Permen-KP/2014 tentang Peran serta dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil
- Peraturan Walikota Surabaya Nomer 62 tahun 2016 Tentang Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta tata kerja Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya
- Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), 2015, Kerjasama LIPI dan Bank Indonesia
- Profil Desa Pesisir Provinsi Jawa Timur, 2016, Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Timur
- Retno dkk, 2013, Pengembangan Model Daya Saing UMKM Batik Melalui ECS, Jurnal Binus Business Review, Volume 4 No. 1 Mei 2013, 41-57
- Richard L.Daft, Management, buku 1, Edisi 6, 2008, terjemahan Edward Tanujaya, Shirly Tiolina, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Silalahi, 2009, Metode Penelitian Sosial Kuantitatif, Refika Aditama, Bandung
- Stephen P.Robbins, Mar Coulter, Manajemen, jilid 1 Edisi 7, 2004, Alih Bahasa T.Hermaya, Harry Slamet, Penerbit PT Indeks kelompok Gramedia.
- ² Sugiono, 2013, Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (mixed methods) Penelitian Tindakan, Penelitian evaluasi, Penerbit Alfabeta
- Taufik Mokhammad, Hartono, 2011, Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Potensi Ekonomi Masyarakat, Jurnal WIGA, Vol.1 No.1 Maret 2011 ISSN NO. 2088-0944
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 27 tahun 2007 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil
- Yuli Rahmini Suci, 2017, Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia, Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, Vol. 6 No.1 Januari 2017

REKAYASA SOSIAL

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.unitomo.ac.id

Internet Source

4%

2

ejournal.unitomo.ac.id

Internet Source

2%

3

eprints.undip.ac.id

Internet Source

2%

4

pt.scribd.com

Internet Source

1%

5

id.123dok.com

Internet Source

1%

6

repository.ubaya.ac.id

Internet Source

1%

7

lp3m.unik-kediri.ac.id

Internet Source

1%

8

teori-ilmupemerintahan.blogspot.com

Internet Source

1%

9

personal.its.ac.id

Internet Source

1%

10	fr.scribd.com Internet Source	<1 %
11	media.neliti.com Internet Source	<1 %
12	academicjournal.yarsi.ac.id Internet Source	<1 %
13	Jimmy Abdel Kadar, Darmawan Napitupulu, Rahmi Kartika Jati. "Analysis of factors influencing the quality of intranet website based on WebQual approach case study in agency X", 2017 3rd International Conference on Science in Information Technology (ICSITech), 2017 Publication	<1 %
14	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
15	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
16	www.chiangraicity.go.th Internet Source	<1 %
17	anzdoc.com Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
19	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 50 words