

Strategi Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Agam

Yuwarman Mansur^{1*}

^{1*} Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Kota Bukittinggi,
Provinsi Sumatera Barat, Indonesia.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Agam melalui Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan. Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya program-program pemberdayaan yang tercakup dalam dua pola, yaitu pola pemberdayaan pembinaan dan pola pemberdayaan pendampingan dalam upaya pemberdayaan UMKM di Kabupaten Agam. Peneliti selanjutnya membandingkan dengan apa yang terjadi pada pelaku usaha. Pemberian bantuan modal, kegiatan pelatihan dan pendampingan, serta promosi produk menjadi faktor utama dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Agam. Selain itu, program pemberdayaan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Agam melalui Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan adalah berupa pendirian Badan Usaha Milik Daerah pendukung usaha, penyediaan galeri pajang hasil produksi usaha, peluncuran aplikasi e-UMKM, pembentukan forum UMKM, menjalin kemitraan usaha, dan perluasan pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran atau penjelasan yang tepat secara objektif terkait dengan pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Agam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM di Kabupaten Agam berupa program-program yang tercakup dalam pola pembinaan dan pendampingan tersebut sudah efektif dan bermanfaat bagi pelaku usaha.

Kata kunci: Strategi; Pemberdayaan; UMKM.

Abstract. This study describes the Strategy for Empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) conducted by the Agam Regency Government through the Office of Cooperatives, Micro and Small and Medium Enterprises, Industry, and Trade. This is motivated by the existence of empowerment programs included in two patterns, namely the pattern of empowering development and empowerment patterns of assistance in efforts to enable MSMEs in Agam Regency. Researchers then compare what happens to business actors. Providing capital assistance, training, mentoring activities, and product promotion significantly empowers MSMEs in Agam Regency. In addition, the empowerment program carried out by the Agam Regency Government through the Office of Cooperatives, Micro and Small and Medium Enterprises, Industry, and Trade is in the form of the establishment of a business-owned business entity, providing a business gallery of business production, launching E-UMKM applications, formation of forums MSMEs, establish business partnerships and market expansion. The research method used is descriptive qualitative, providing an objective picture or explanation related to the empowerment of MSMEs by the Agam Regency Government. The results of this study indicate that the empowerment of MSMEs in Agam Regency in the form of programs included in the pattern of guidance and assistance has been effective and beneficial for business actors.

Keywords: Strategy; Empowerment; MSMEs.

* Corresponding Author. Email: mansuryuwarman@gmail.com^{1*}.

Pendahuluan

Salah satu upaya pemerintah dalam mempercepat laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah mengupayakan agar sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dan strategis dalam pembangunan nasional, baik dari segi kuantitas maupun kemampuannya dalam meningkatkan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha perekonomian rakyat, yaitu usaha ekonomi yang menjadi sumber penghasilan keluarga atau individu. Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat berarti bahwa perekonomian nasional berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat secara luas dalam menjalankan roda perekonomian mereka sendiri.

UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja. Pertumbuhan UMKM juga akan berdampak positif pada peningkatan jumlah tenaga kerja, pengurangan jumlah penduduk miskin, pemerataan pendapatan, dan pembangunan ekonomi. Selain itu, UMKM juga merupakan stimulan perekonomian di negara berkembang. Tidak heran jika saat terjadi krisis yang melanda dunia, bahkan Amerika Serikat, dampaknya hampir tidak dirasakan oleh Indonesia.

Kesejahteraan masyarakat adalah tujuan utama dalam pembangunan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Terdapat banyak upaya pemerintah untuk menciptakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan tujuan pembangunan Indonesia yang tertuang dalam pembukaan UUD 1945. Dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan daerah sesuai dengan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, pemerintah daerah dituntut untuk dapat mengatur serta mengurus sendiri urusan pemerintahan masing-masing menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Selain itu, pemerintah daerah diarahkan untuk dapat mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan,

keadilan, keistimewaan, dan kekhususan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Penyelenggaraan pemerintahan daerah ini dilaksanakan dengan memperhatikan aspek-aspek hubungan antar susunan pemerintahan dan antar pemerintahan daerah, potensi dan keanekaragaman daerah, peluang dan tantangan persaingan global dengan memberikan kewenangan yang seluas-luasnya kepada daerah disertai dengan pemberian hak dan kewajiban menyelenggarakan otonomi daerah dalam kesatuan sistem penyelenggaraan pemerintahan negara. Salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dalam hal meningkatkan pertumbuhan ekonomi. UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Selain itu, UMKM adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan, dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat. Sebagai konsekuensi dari kebijakan ekonomi daerah tersebut, pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Di mana pada Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 angka 10 berbunyi: Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan penguatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Dengan adanya Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tersebut, hal ini menjadi landasan hukum yang kuat bagi penyelenggaraan Otonomi Daerah, dengan memberikan keleluasaan kepada daerah untuk mewujudkan daerah yang mandiri dan memberdayakan UMKM sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku. UMKM

dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Pertama, karena jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Setiap unit investasi pada sektor UMKM dapat menciptakan lebih banyak tenaga kerja dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar. Ketiga, kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) cukup signifikan.

Belakangan ini, negara berkembang termasuk Indonesia mulai mempertimbangkan pentingnya UMKM karena tiga alasan: Pertama, karena kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, sebagai bagian dari dinamikanya, UMKM biasanya meningkatkan produktivitas melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga, secara umum diyakini bahwa UMKM memiliki keunggulan dibandingkan perusahaan besar dalam hal fleksibilitas.

Sehubungan dengan hal tersebut, pemerintah terus mengupayakan untuk memberdayakan dan mengembangkan usaha rakyat khususnya UMKM. Diharapkan dengan adanya pemberdayaan usaha rakyat/UMKM, dapat lebih maju dan berkembang. Perkembangan UMKM tidak hanya akan meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM yang ada, tetapi juga menciptakan kesempatan kerja yang lebih luas bagi masyarakat. Sehingga pada akhirnya akan membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran.

UMKM diharapkan memiliki keunggulan antara lain: inovasi dalam teknologi dan pengembangan produk berbasis pada sumber daya lokal sehingga dapat memanfaatkan potensi secara maksimal dan memperkuat kemandirian, kemampuan menciptakan lapangan kerja yang cukup banyak atau penyerapan tenaga kerja, fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar dengan cepat dibandingkan perusahaan skala besar yang umumnya birokratis, dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan yang dilakukan dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal sehingga mampu mengembangkan sumber daya manusia, serta

tersebar dalam jumlah yang banyak sehingga merupakan alat pemerataan pembangunan yang efektif.

Namun, kelemahan UMKM yang sering terjadi adalah keterbatasan modal. Modal sangat penting dalam mengembangkan usaha. Masih banyak pelaku UMKM yang memiliki modal relatif rendah dan belum dapat memperluas cakupan usaha. Selain masalah modal, permasalahan umum yang dihadapi pelaku UMKM adalah kesulitan dalam pemasaran, keterbatasan akses informasi mengenai peluang pasar, keterbatasan pekerja dengan keahlian tinggi (kualitas SDM rendah), kemampuan teknologi, dan lain sebagainya. Persaingan yang semakin ketat karena semakin terbukanya pasar di dalam negeri juga menjadi ancaman bagi UMKM dengan semakin banyaknya barang dan jasa yang masuk dari luar akibat dampak globalisasi.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri. Keberadaan UMKM di Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat juga menghadapi berbagai persoalan antara lain belum adanya data UMKM yang valid, legalitas usaha, masalah permodalan, dan masih rendahnya kualitas sumber daya manusia dan mutu produk, keterbatasan bahan baku, dan pemasaran hasil produk. Berikut ini adalah data tentang perkembangan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Agam tahun 2017 – 2021 yang tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Perkembangan jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Agam tahun 2017 – 2021

Tahun	Jumlah UMKM	Naik/Turun (%)
2017	14.369	-
2018	15.956	8,99
2019	16.227	1,70
2020	14.334	- 11,67
2021	14.659	2,227

Sumber : Agam dalam angka 2021.

Berdasarkan data pada tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Agam mengalami fluktuasi, dimana pada tahun 2018 dan tahun 2019 mengalami kenaikan masing-masing sebesar 8,99% dan 1,70% dibanding tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu sebesar 11,67% dibanding tahun sebelumnya. Sedangkan pada tahun 2021 kembali mengalami kenaikan sebesar 2,27% dibanding tahun 2020. Penurunan jumlah UMKM di Kabupaten Agam pada tahun 2020 diperkirakan karena adanya pandemi covid-19, sedangkan pada tahun 2021 jumlah ini kembali mengalami kenaikan walaupun kenaikannya baru mencapai 2,27%. Jumlah UMKM di Kabupaten Agam tahun 2021 dapat diklasifikasikan menurut skala usahanya yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah sebagaimana tercantum pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Perkembangan Jumlah UMKM di Kabupaten Agam menurut skala usaha tahun 2021

Skala Usaha	Jumlah	(%)
Mikro	12.238	83,60
Kecil	2.329	15,91
Menengah	72	0,49
Jumlah	14.659	100

Sumber : Data diolah.

Data pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa UMKM di Kabupaten Agam didominasi oleh usaha mikro, yakni sebesar 83,60%, sedangkan usaha kecil sebesar 15,91%, dan usaha menengah hanya sebesar 0,49% dari total UMKM. Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan pada beberapa UMKM di Kabupaten Agam, masih terdapat beberapa persoalan yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Agam, antara lain belum adanya data UMKM yang valid, legalitas usaha, masalah permodalan, dan masih rendahnya kualitas sumber daya manusia dan mutu produk, keterbatasan bahan baku, dan pemasaran hasil produk.

Menurut Wakil Bupati Kabupaten Agam, “Salah satu masalah dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Agam adalah masalah permodalan yang relatif rendah bagi UMKM

dalam pengembangan usahanya. Padahal persoalan ini bukan lagi hambatan dalam pembangunan usaha karena pemerintah telah menyediakan banyak program di antaranya kredit usaha rakyat (KUR) dan program bina lingkungan BUMN,” katanya. Oleh karena itu, Pemerintah Kabupaten Agam melakukan berbagai upaya untuk pemberdayaan UMKM sehingga dapat meningkatkan kinerjanya dan menghasilkan berbagai produk yang dibutuhkan dan berdaya saing tinggi sehingga bisa memasuki pasar global dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau pelaku usaha tersebut. Pemberdayaan merupakan upaya yang dilakukan pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam membentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Sudah banyak upaya pembinaan, pemberdayaan, dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dilakukan oleh lembaga-lembaga yang peduli dengan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hanya saja, upaya pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering tumpang tindih dan dilakukan sendiri-sendiri. Perbedaan persepsi mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini menyebabkan pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) belum maksimal, yang berakibat terjadi dua hal, yaitu: (1) ketidakefektifan arah pembinaan; (2) tidak adanya indikator keberhasilan yang seragam karena masing-masing instansi pembina berupaya mengejar target dan sasaran sesuai dengan kriteria yang telah mereka tetapkan sendiri. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk penelitian mandiri dengan judul Strategi Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Agam.

Tinjauan Literatur

Pengertian Pemberdayaan

Pemberdayaan atau keberdayaan (empowerment) berasal dari kata “power” (kekuasaan). Pemberdayaan berasal dari kata

daya yang artinya tenaga/kekuatan, proses, cara, atau perbuatan memperdayakan. Istilah pemberdayaan merupakan upaya yang membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Dengan kata lain, kemungkinan terjadinya proses pemberdayaan sangat tergantung pada dua hal, yaitu:

- 1) Bahwa kekuasaan dapat berubah. Jika kekuasaan tidak dapat berubah, pemberdayaan tidak mungkin terjadi dengan cara apa pun.
- 2) Bahwa kekuasaan dapat diperluas. Konsep ini menekankan pada pengertian kekuasaan yang tidak statis, melainkan dinamis.

Dengan demikian, pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan. Pemberdayaan sebagai proses adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sedangkan pemberdayaan sebagai tujuan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial, yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya. Pengertian pemberdayaan sebagai tujuan sering kali digunakan sehingga indikator keberhasilan pemberdayaan sebagai sebuah proses. Menurut Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1, pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Konsep Pemberdayaan Pendampingan

Menurut Sumodiningrat pendampingan merupakan kegiatan yang diyakini mampu mendorong terjadinya pemberdayaan fakir miskin secara optimal. Perlunya pendampingan

dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan pemahaman diantara pihak yang memberikan bantuan dengan sasaran penerima bantuan. Pendampingan sebagai strategi pemberdayaan dapat dilakukan melalui: Menurut Sadono Sukirno mendefinisikan pembangunan ekonomi sebagai suatu proses yang menyebabkan pendapatan per-kapita penduduk suatu masyarakat meningkat dalam jangka panjang. Definisi tersebut mengandung pengertian bahwa pembangunan ekonomi merupakan suatu perubahan yang terjadi secara terus-menerus melalui :

- 1) Peningkatan kesadaran dan pelatihan kemampuan
- 2) Mobilisasi Sumber Modal

Pendampingan sangat menentukan keberhasilan program penanggulangan kemiskinan. Peran pendamping umumnya mencakup dua peran utama, yaitu:

- 1) Fasilitator merupakan peran yang berkaitan dengan pemberian motivasi, kesempatan dan dukungan bagi masyarakat. Beberapa tugas yang berkaitan dengan peran ini antara lain menjadi model, melakukan mediasi dan negosiasi, memberikan dukungan, pengorganisasian dan pemanfaatan sumber.
- 2) Pendidik, pendamping berperan aktif sebagai agen yang memberi masukan positif dan direktif berdasarkan pengetahuan dan pengalaman masyarakat yang didampinginya. Membangkitkan kesadaran masyarakat, menyampaikan informasi, melakukan konfrontasi, menyelenggarakan pelatihan bagi masyarakat adalah beberapa tugas yang berkaitan dengan peran pendidik

Konsep Pemberdayaan Pembinaan

Pembinaan secara etimologi berasal dari kata bina. Pembinaan adalah proses, pembuatan, cara pembinaan, pembaharuan, usaha dan tindakan atau kegiatan yang dilakukan secara berdaya guna dan berhasil guna dengan baik. Menurut Helmi pembinaan adalah segala hal usaha, ikhtiar dan kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan dan pengorganisasian serta pengendalian segala sesuatu secara teratur dan terarah. Pembinaan juga dapat diartikan sebagai bantuan dari seseorang atau kelompok yang

ditujukan kepada orang atau kelompok orang lain melalui materi pembinaan dengan tujuan dapat mengembangkan kemampuan, sehingga tercapai apa yang diharapkan.

Prinsip, Tujuan, dan Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008

Prinsip pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didasarkan pada Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2004 Pasal 4. Prinsip-prinsip tersebut meliputi penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri. Selain itu, prinsip ini juga mencakup perwujudan kebijakan politik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM serta peningkatan daya saing UMKM juga menjadi bagian dari prinsip pemberdayaan. Selain itu, penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu menjadi dasar penting dalam pemberdayaan UMKM.

Tujuan pemberdayaan UMKM secara ekonomi, sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 5, adalah untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selain itu, tujuan ini mencakup penumbuhan dan pengembangan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Peningkatan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan juga termasuk dalam tujuan pemberdayaan UMKM.

Strategi pemberdayaan UMKM yang telah diupayakan dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa aspek. Dari aspek manajerial, strategi meliputi peningkatan produktivitas, omzet, tingkat utilitas, dan tingkat hunian, serta peningkatan kemampuan pemasaran dan pengembangan sumber daya manusia. Dari aspek permodalan, strategi mencakup bantuan modal melalui penyisihan 1-5% keuntungan BUMN dan kewajiban untuk menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimal 20% dari

portofolio kredit bank. Kredit yang disediakan antara lain KUPEDES, KUK, KIK, KMKP, KCK, Kredit Mini/Midi, dan KKU.

Strategi lainnya meliputi pengembangan program kemitraan dengan usaha besar melalui sistem Bapak-Anak Angkat, PIR, keterkaitan hulu-hilir (forward linkage), keterkaitan hulu-hilir (back linkage), modal ventura, atau subkontrak. Selain itu, pengembangan sentra industri kecil dalam suatu kawasan seperti Pemukiman Industri Kecil (PIK), Lingkungan Industri Kecil (LIK), Sarana Usaha Industri Kecil (SUIK) yang didukung oleh Unit Pelayanan Teknis (UPT) atau Tenaga Penyuluh Industri (TPI) juga menjadi bagian dari strategi pemberdayaan. Pembinaan untuk bidang usaha dan daerah tertentu melalui Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan Koperasi Industri Kecil dan Kerajinan (KOPINKRA) juga termasuk dalam upaya pemberdayaan UMKM.

Strategi dalam Manajemen

Strategi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, didefinisikan sebagai siasat perang, ilmu siasat perang, tempat yang baik menurut siasat perang, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Dalam konteks manajerial, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Menurut David, strategi melibatkan beberapa proses penting. Proses pertama adalah perumusan strategi, di mana visi dan misi organisasi ditentukan, tujuan-tujuan organisasi diatur, dan strategi-strategi dirumuskan untuk mencapai tujuan tersebut. Langkah kedua adalah perencanaan tindakan, di mana rencana-rencana spesifik dibuat untuk mengimplementasikan strategi yang telah dirumuskan. Tahap ketiga adalah implementasi strategi, di mana rencana-rencana tersebut dilaksanakan dan dijalankan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Tahap terakhir adalah evaluasi strategi, di mana hasil-hasil dari implementasi strategi dianalisis, perkembangan

baru dipantau, dan perbaikan serta penyesuaian strategi dilakukan sesuai kebutuhan.

Dalam pelaksanaan manajemen strategi, terdapat beberapa tingkatan atau level strategi. Tingkatan pertama adalah strategi jaringan, yang berfokus pada hubungan dan interaksi antara berbagai organisasi atau unit bisnis. Tingkatan kedua adalah strategi korporat, yang berkaitan dengan keputusan-keputusan strategis pada tingkat perusahaan secara keseluruhan. Tingkatan ketiga adalah strategi bisnis, yang fokus pada bagaimana unit bisnis individu bersaing di pasar masing-masing. Tingkatan keempat adalah strategi fungsional, yang berhubungan dengan pengelolaan fungsi-fungsi spesifik seperti pemasaran, produksi, dan sumber daya manusia. Tingkatan terakhir adalah strategi individual, yang berkaitan dengan perencanaan dan pengelolaan karier individu dalam organisasi.

Manajemen strategi mempertimbangkan beberapa aspek penting dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan. Pertama, mengembangkan visi dan misi organisasi adalah langkah fundamental yang memberikan arah dan tujuan jangka panjang. Kedua, mengatur tujuan organisasi adalah proses menetapkan target spesifik yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu. Ketiga, merumuskan strategi untuk mencapai tujuan melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal serta pemilihan tindakan-tindakan yang paling efektif. Keempat, mengimplementasikan dan melaksanakan strategi memerlukan koordinasi yang baik di seluruh tingkat organisasi untuk memastikan bahwa rencana-rencana yang telah dibuat dapat dijalankan dengan sukses. Kelima, mengevaluasi hasil, memonitor perkembangan baru, dan membuat perbaikan serta penyesuaian strategi adalah proses yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa strategi tetap relevan dan efektif dalam menghadapi perubahan kondisi lingkungan.

Dengan pemahaman tentang proses, tingkatan, dan aspek-aspek strategi dalam manajemen, organisasi dapat mengembangkan dan melaksanakan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan jangka panjang mereka, meningkatkan daya saing, dan beradaptasi

dengan perubahan di lingkungan bisnis. Strategi yang baik tidak hanya membantu organisasi mencapai tujuan-tujuan spesifik tetapi juga memungkinkan mereka untuk tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Definisi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Definisi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana telah diatur dalam UU tersebut. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil, atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tersebut.

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, kriteria usaha kecil dilihat dari keuangan dan modal yang dimilikinya adalah sebagai berikut: (1) Sektor industri dengan kekayaan bersih maksimal Rp 5 miliar; (2) Sektor non-industri dengan kekayaan bersih maksimal Rp 600 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 3 miliar. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM dibagi menjadi beberapa kelompok sesuai dengan jumlah aset dan omset usaha. Usaha mikro memiliki total aset Rp 50 juta dan total omset Rp 300 juta. Usaha kecil memiliki total aset lebih dari Rp 50 juta sampai

Rp 500 juta dan total omset lebih dari Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar. Usaha menengah memiliki total aset lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 miliar dan total omset lebih dari Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar.

Kriteria usaha kecil dan menengah berdasarkan perkembangan dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu: (1) Livelihood Activities adalah jenis usaha di mana usaha tersebut merupakan harapan untuk bekerja satu-satunya mencari uang, contohnya seperti pedagang pinggir jalan; (2) Micro Enterprise adalah jenis usaha di mana seseorang mempunyai keterampilan tetapi masih belum terasah; (3) Small Dynamic Enterprise adalah jenis usaha di mana seseorang mempunyai keterampilan untuk menjadi seorang pengusaha yang sudah terasah; dan (4) Fast Moving Enterprise adalah jenis usaha di mana seseorang mempunyai keterampilan yang luar biasa dan akan menjadi pengusaha yang hebat.

Permasalahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di negara berkembang dihalangi oleh banyak hambatan. Hambatan-hambatan yang muncul bisa berbeda antara satu daerah dan daerah yang lain, antara pedesaan dan perkotaan, antar sektor, maupun antar sesama perusahaan di sektor yang sama. Beberapa masalah yang timbul antara lain:

- 1) Terbatasnya Modal dan Akses ke Sumber dan Lembaga Keuangan Keuangan inklusif perlu dimasukkan dalam program pengembangan lembaga keuangan. Penyertaan modal perlu disertai dengan pembimbingan sistem manajemen.
- 2) Masih Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Pelaku Usaha Kemampuan manajerial para pelaku UMKM perlu ditingkatkan. Selain itu, sistem kaderisasi perlu dibangun. Sering kali dijumpai UMKM hanya one man show, sehingga dibutuhkan tim solid yang mampu mewarisi UMKM dari pendirinya.
- 3) Kemampuan Pemasaran yang Terbatas Meskipun media online telah berkembang, media ini belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM.
- 4) Akses Informasi dan Teknologi yang

Masih Rendah Banyak UMKM masih kesulitan dalam mengakses informasi dan teknologi yang dapat mendukung pengembangan usaha mereka.

Masalah-masalah ini memerlukan perhatian dan solusi yang tepat agar UMKM dapat berkembang dan berkontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian. Peningkatan akses modal, peningkatan kualitas SDM, optimalisasi penggunaan media online untuk pemasaran, dan peningkatan akses informasi serta teknologi menjadi beberapa langkah penting yang harus diambil untuk mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh UMKM.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mencakup berbagai aspek dan metode. Salah satu penelitian signifikan adalah oleh Bambang S. (2015) dalam studinya yang berjudul "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan." Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan upaya pemberdayaan UMKM sebagai cara untuk mengatasi kemiskinan di Kecamatan Kinali, Kabupaten Pasaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah terbatas pada pemberian modal usaha, namun kurang optimal dalam pengembangan UMKM secara menyeluruh. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi (Bambang, 2015).

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Irmansyah Zulfi (2017), dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit di Kabupaten Majalengka." Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi yang digunakan dalam mengembangkan UMKM di industri kerajinan kulit. Melalui analisis SWOT, penelitian ini menemukan bahwa industri kerajinan kulit memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi perusahaan besar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan observasi dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data utama (Zulfi, 2017).

Syahrizal (2019) dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global" bertujuan untuk meningkatkan nilai jual UMKM agar dapat bersaing dengan produk asing yang membanjiri pasar Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif untuk menganalisis strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi pasar global, dengan merujuk pada berbagai sumber seperti buku dan jurnal ilmiah (Syahrizal, 2019).

Muhammad Zuhri (2018) dalam studinya berjudul "Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Menunjang Pembangunan Daerah" mengeksplorasi strategi yang tepat untuk memberdayakan masyarakat desa guna mendukung pembangunan daerah. Metode yang digunakan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA), yang melibatkan masyarakat desa secara partisipatif dalam setiap tahap kegiatan (Zuhri, 2018).

Resi Dewita (2020) meneliti "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal" dengan fokus pada kelompok usaha Gelamai di Kota Payakumbuh. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang pengembangan UMKM melalui dukungan eksternal dan potensi internal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Dewita, 2020).

Keseluruhan penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat berbagai upaya pemberdayaan UMKM di Indonesia, masih terdapat banyak tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan program-program pemberdayaan tersebut. Berbagai metode dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian-penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh UMKM di berbagai daerah dan sektor. Hasil penelitian ini mengindikasikan perlunya peningkatan kualitas program pemberdayaan

dan dukungan yang lebih komprehensif dari pemerintah dan pihak terkait untuk memastikan UMKM dapat berkontribusi secara optimal terhadap perekonomian nasional.

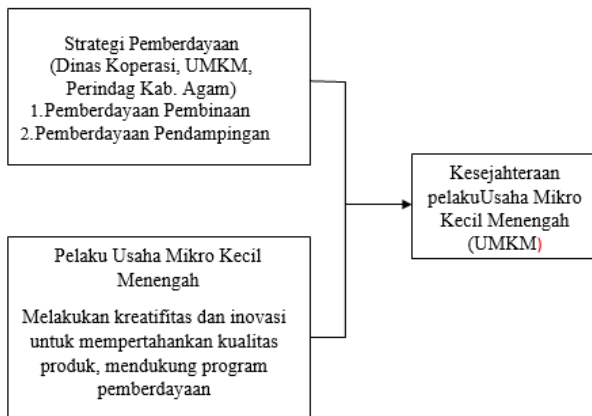
Kerangka Konseptual

Tahap awal penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan sumber data yang relevan dari berbagai literatur, dokumen, dan laporan yang berkaitan dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Proses pengumpulan data ini bertujuan untuk membangun dasar pemahaman yang kuat mengenai kondisi UMKM saat ini. Setelah tahap pengumpulan data, dilakukan survei lapangan dengan metode wawancara mendalam. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data primer langsung dari para pelaku UMKM, sehingga dapat menggali informasi yang lebih detail dan mendalam tentang tantangan, kebutuhan, dan kondisi nyata yang dihadapi oleh UMKM. Data yang diperoleh dari wawancara kemudian dianalisis menggunakan analisis data kualitatif. Tahap analisis ini melibatkan pengkodean data, identifikasi tema-tema utama, dan pengelompokan informasi berdasarkan kategori yang relevan. Melalui analisis ini, peneliti dapat menemukan permasalahan-permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Berdasarkan temuan dari analisis data kualitatif, peneliti merumuskan beberapa kebijakan yang meliputi pelatihan pemberdayaan dan pengembangan UMKM. Kebijakan ini dirancang untuk mengatasi kendala-kendala yang diidentifikasi selama penelitian, termasuk keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan kemampuan manajerial yang masih perlu ditingkatkan. Peneliti juga mengenali kendala internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja UMKM. Kendala internal meliputi keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan kemampuan manajerial yang masih perlu ditingkatkan. Sedangkan kendala eksternal meliputi akses terhadap pasar, regulasi pemerintah, dan persaingan dengan produk-produk luar negeri.

Setelah merumuskan kebijakan, strategi pelatihan pemberdayaan dan pengembangan UMKM diimplementasikan. Strategi ini

mencakup program-program pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan manajerial, pemanfaatan teknologi, serta kemampuan pemasaran pelaku UMKM. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk meningkatkan daya saing UMKM sehingga mampu bertahan dan berkembang dalam kondisi pasar yang kompetitif. Berikut adalah kerangka konseptual penelitian ini:



Gamabar 1. Kerangka Konseptual

Tahap awal penelitian dilakukan dengan mengumpulkan sumber data sekunder seperti jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Agam dan kontribusi atau aksi nyata yang diberikan Dinas Koperasi, UMKM, Perindag dalam memberdayakan usaha binaannya, kemudian dilakukan survei lapangan dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan analisis kualitatif, sehingga diperoleh informasi upaya dalam memberdayakan dan mengembangkan UMKM yang ada di Kabupaten Agam, kemudian hasil penelitian di analisis dan di kaji lebih mendalam lagi. Melalui program ini diharapkan dapat mensejahterakan pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Agam.

Metodologi Penelitian

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu pendekatan yang dilakukan peneliti langsung ke lapangan untuk mengamati dan mendapatkan informasi yang akurat dari keadaan yang sebenarnya di lapangan.

Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dalam melakukan penelitian bersifat alamiah, natural dan mendasar, serta bersifat kualitatif. Pendekatan kualitatif mendapatkan data atau informasi dari hasil wawancara yang dilakukan secara langsung ataupun megamati kegiatan-kegiatan yang ada di lapangan. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti sebagai instrumen pokok. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas agar dapat melakukan wawancara secara langsung terhadap responden, menganalisis, dan dapat menyampaikan pertanyaan yang diharapkan. Dalam pendekatan ini lebih mengutamakan kata-kata yang didapat dari sumber penelitian dan kondisi lapangan yang terjadi saat penelitian berlangsung. Sesuai dengan penelitian ini, maka peneliti akan mencari data-data deskriptif tentang strategi pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Agam yang membutuhkan pendekatan penelitian untuk mendeskripsikan data atau hasil penelitian, serta membutuhkan pengamatan dalam pelaksanaan pemberdayaan UMKM yang ada di Kabupaten Agam. Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan temuan-temuan yang merupakan data bersama dan keunikan-keunikan yang ditemukan di lapangan.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini mencakup beberapa tempat strategis yang terkait langsung dengan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Agam. Pertama, penelitian dilakukan di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Agam. Dinas ini berperan penting dalam pelaksanaan kebijakan dan program pemberdayaan UMKM. Kedua, penelitian juga melibatkan pelaku UMKM di Kabupaten Agam, yang merupakan subjek utama dalam penelitian ini. Data dan informasi dari pelaku UMKM sangat penting untuk memahami kondisi riil dan tantangan yang mereka hadapi. Ketiga, penelitian ini juga dilakukan di Sekretariat Daerah Kabupaten Agam, yang bertanggung jawab dalam koordinasi dan implementasi kebijakan pemerintah daerah terkait dengan pengembangan UMKM. Lokasi-lokasi tersebut dipilih untuk memastikan bahwa penelitian ini

mencakup berbagai perspektif dan informasi yang relevan dalam upaya pemberdayaan UMKM di Kabupaten Agam.

Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukan data. Dimana data yang diperoleh hasilnya aktual dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam hal perolehan data primer, peneliti melakukan wawancara secara Langsung kepada kepala Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam, Kepala Bidang Koperasi dan UMKM, Kepala Bagian Perekonomian Sekretariat Daerah Kabupaten Agam, Pihak Perbankan dan Lembaga Keuangan. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya data yang diperoleh langsung dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam.

Teknik Pengumpulang Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi sistematis atau tidak berperan serta. Maksudnya adalah peneliti hanya melakukan satu fungsi, yaitu mengadakan pengamatan. Pada pelaksanaan observasi ini peneliti tidak terlibat sebagai partisipasi atau kelompok yang diteliti. Peneliti hanya sebagai pengamat dan diketahui oleh pihak yang diobservasi. Peneliti mengamati situasi dan kondisi terkait berjalannya kegiatan pemberdayaan UMKM. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara terstruktur terkait fenomena yang diteliti yaitu strategi pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah Kabupaten Agam. Peneliti melakukan wawancara dengan tahap-tahap sebagai berikut :

- 1) Menetapkan informan yang akan diwawancarai
- 2) Penyusunan pedoman wawancara dengan menggunakan indikator strategi

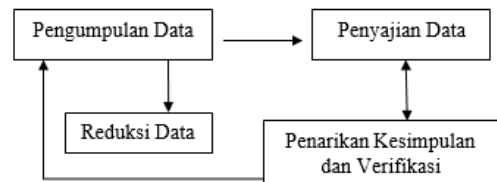
- 3) Menata urutan pertanyaan yang akan dilakukan ketika wawancara
- 4) Menetapkan waktu wawancara
- 5) Mencatat hasil wawancara
- 6) Melakukan pengecekan keabsahan data

Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau iorganisasi maupun perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan data sekunder baik berupa publikasi, dokumentasi pada lembaga atau instansi yang terkait dengan penelitiann ini.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode model Miles dan Huberman yaitu selama proses pengumpulan data dilakukan tiga kegiatan penting diantaranya reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), penarikan kesimpulan dan verifikasi (verifying). Berikut adalah gambar dari proses tersebut:



Gambar 2. Analisis data Menurut Mile dan Huberman

Gambar diatas adalah gambar dari analisis data menurut Miles dan Huberman, dari gambar tersebut kita dapat melihat bahwa proses penelitian ini dilakukan secara berulang dan terus-menerus dan saling berkaitan satu sama lain baik dari sebelum, saat di lapangan hingga selesainya penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif, yaitu untuk menggambarkan dan menganalisis suatu fenomena dengan cara mendeskripsikan fokus penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penelitian bermaksud untuk menggambarkan keadaan yang ada di lapangan kemudian mengadakan analisis data-data yang diperoleh.

Langkah-langkah dalam menganalisis data adalah Pengumpulan data – Reduksi Data – Penyajian Data – Verifikasi.

Pengecekan Keabsahan Temuan

Kebasahan data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria *Credibility* (derajat kepercayaan). *Credibility* dimaksud untuk membuktikan bahwa apa yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan kenyataan yang ada dalam latar penelitian. Pengujian *Credibility* data dapat dilakukan dengan cara triangulasi, diskusi teman sejawat, dan *member check*.

Tahap-tahap Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap pertama adalah tahap perencanaan, di mana seorang peneliti melakukan persiapan-persiapan penting sebelum terjun ke lapangan. Persiapan tersebut meliputi pemilihan tema atau topik penelitian, melakukan studi pendahuluan, merumuskan masalah, menentukan metode dan pendekatan penelitian, menetapkan variabel dan sumber data, serta membuat instrumen penelitian.

Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data yang relevan dengan fokus penelitian dari lokasi penelitian yang telah ditentukan. Peneliti menggunakan metode yang telah dipilih sebelumnya untuk mengumpulkan data. Data yang terkumpul kemudian disusun secara sistematis dan terperinci agar mudah dipahami dan dapat diinformasikan kepada pihak lain secara jelas. Tahap pelaksanaan ini meliputi beberapa kegiatan penting, antara lain pengumpulan data dari dokumen-dokumen resmi yang akan digunakan dalam penelitian, observasi langsung terhadap objek penelitian dengan menggunakan teknik dokumentasi, wawancara dengan pihak-pihak terkait dalam penelitian, pengecekan kembali terhadap hasil penelitian, serta perpanjangan pengamatan guna melengkapi data yang kurang hingga data yang diperoleh valid dan memenuhi target penelitian.

Tahap terakhir adalah tahap penulisan laporan. Pada tahap ini, peneliti menyusun laporan tertulis dari hasil penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk skripsi. Tahap pelaporan ini

meliputi pembuatan kesimpulan dari analisis data yang telah diperoleh selama penelitian. Laporan ini merupakan hasil akhir dari seluruh proses penelitian, yang disusun secara sistematis dan menyeluruh untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai temuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Profil Kabupaten Agam

Kabupaten Agam terletak antara 00°01'34" - 00°28'43" Lintang Selatan dan 99°46'39" - 100°32'50" Bujur Timur, dengan ketinggian 0 - 2.877 meter dari permukaan laut. Kabupaten ini berbatasan dengan beberapa wilayah administratif yang berbeda. Kabupaten Agam memiliki luas wilayah sebesar 2.232,4 km² yang meliputi 15 kecamatan. Berdasarkan data tahun 2021, Kecamatan Palembayan merupakan kecamatan terluas dengan luas 349,81 km², disusul oleh Kecamatan Lubuk Basung dengan luas 278,40 km² dan Kecamatan Ampek Nagari dengan luas 268,89 km². Wilayah-wilayah ini memiliki karakteristik topografi yang beragam, mulai dari wilayah datar hingga wilayah bukit bergunung. Topografi Kabupaten Agam dapat dibagi menjadi empat kategori utama berdasarkan kemiringan lahan. Wilayah datar dengan kemiringan 0-3% mencakup luas 662 km². Wilayah datar berombak dan bergelombang dengan kemiringan 3-15% memiliki luas 94,384 km². Wilayah berombak dan bergelombang dengan kemiringan 15-25% memiliki luas 19,943 km², dan wilayah bukit bergunung dengan kemiringan lebih dari 25% juga memiliki luas 19,943 km².

Jumlah penduduk merupakan potensi bagi pembangunan daerah. Berdasarkan data tahun 2021, rasio jenis kelamin di Kabupaten Agam adalah 98, yang menunjukkan bahwa jumlah penduduk laki-laki sebesar 98% dari jumlah penduduk perempuan. Kepadatan penduduk per km² adalah sebanyak 239 orang, yang menunjukkan distribusi penduduk di wilayah ini. Dalam hal ketenagakerjaan, data tahun 2021 menunjukkan bahwa jumlah angkatan kerja sebesar 67,94% dari jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun), sementara bukan angkatan kerja sebesar 32,06%. Angkatan kerja terdiri dari penduduk yang bekerja sebesar

95,21%, dan pengangguran terbuka sebesar 4,79%. Bukan angkatan kerja terdiri dari penduduk yang bersekolah/kuliah sebesar 34,90%, mengurus rumah tangga sebesar 51,34%, dan kegiatan lain sebesar 13,76%. Pendidikan di Kabupaten Agam mencakup berbagai jenis dan tingkat pendidikan, mulai dari TK, Raudhatul Athfal, SD, Madrasah Ibtidaiyah, SMP, MTs, SMA, SMK, hingga Madrasah Aliyah. Data tahun 2021 menunjukkan jumlah sekolah, guru, dan murid pada setiap tingkat pendidikan, baik di sekolah negeri maupun swasta.

Dalam sektor kesehatan, data tahun 2021 menunjukkan jumlah sarana kesehatan yang tersedia di Kabupaten Agam. Jumlah tenaga kesehatan yang bertugas di wilayah ini juga tercatat untuk memastikan pelayanan kesehatan yang memadai bagi masyarakat. Jumlah pemeluk agama di Kabupaten Agam pada tahun 2021 menunjukkan keberagaman agama yang dianut oleh penduduknya. Data juga mencakup jumlah pemuka agama dan rumah ibadah yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan spiritual masyarakat. Sektor pertanian di Kabupaten Agam mencakup berbagai sub-sektor seperti tanaman pangan, tanaman hortikultura, tanaman perkebunan, peternakan, pertanian dan perburuan, kehutanan dan penebangan kayu, serta perikanan. Sektor ini menjadi salah satu tulang punggung perekonomian Kabupaten Agam, dengan berbagai komoditas yang dihasilkan dan mendukung kehidupan masyarakat. Kabupaten Agam memiliki berbagai potensi dan tantangan dalam pengelolaan wilayah dan pembangunan. Data-data ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang kondisi geografis, demografis, sosial, dan ekonomi yang ada, serta menjadi dasar penting untuk perencanaan dan pelaksanaan program pembangunan di wilayah ini.

Visi dan Misi Kabupaten Agam

Visi Kabupaten Agam adalah mewujudkan Kabupaten Agam yang Agamis, Lestari, Adil, Mandiri, dan Indah (ALAMI) dalam rangka memperkokoh landasan mencapai Agam yang mandiri, berprestasi, dan madani. Misi Kabupaten Agam mencakup beberapa aspek penting untuk mencapai visi tersebut. Pertama,

mewujudkan tata pemerintahan yang baik, bersih, dan profesional. Kedua, mewujudkan masyarakat yang agamis dan beradab. Ketiga, mewujudkan kemandirian sosial dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Keempat, mewujudkan kemajuan daerah dan keseimbangan pembangunan antar kawasan dan wilayah. Kelima, mewujudkan peningkatan laju pertumbuhan ekonomi, kesempatan kerja, dan peningkatan pendapatan. Terakhir, mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan, berwawasan lingkungan, dan ramah bencana.

Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Agam adalah salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertugas melaksanakan urusan otonomi daerah di bidang Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), perindustrian, dan perdagangan. Dalam melaksanakan tugasnya, Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Agam menyelenggarakan beberapa fungsi utama. Pertama, merumuskan kebijakan teknis di bidang Koperasi, UMKM, dan Perindustrian. Kedua, menyelenggarakan pelayanan umum di bidang Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan. Ketiga, membina pelaksanaan tugas di bidang Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan. Keempat, melaksanakan tata usaha dinas. Kelima, melaksanakan tugas yang diberikan oleh Bupati. Dengan menjalankan fungsi-fungsi ini, Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Agam berperan penting dalam mendukung pengembangan dan pemberdayaan UMKM di wilayah tersebut.

Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Agam.

Fasilitasi Permodalan

Strategi pertama yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Agam untuk memberdayakan dan mengembangkan UMKM yaitu dengan fasilitasi permodalan berupa pemberian modal dalam bentuk uang dan modal dalam bentuk barang. Modal merupakan hal yang penting bagi para pelaku usaha yang akan mendirikan usaha maupun yang akan mengembangkan usaha, tetapi banyak pelaku

usaha yang kesulitan dalam mencari modal. Bantuan berupa uang untuk penguatan modal usaha diupayakan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dari pemerintah pusat diperuntukan bagi UMKM yang mengalami penurunan penjualan. Dengan nilai sebesar Rp. 2.400.000,- per Usaha selama empat bulan, mulai bulan Maret 2002. Sedangkan pemberian barang merupakan hal yang sangat bermanfaat sekali untuk menunjang proses produksi. Selain itu, Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Agam juga membantu dan memfasilitasi para pelaku UMKM untuk memperoleh pembiayaan (terutama KUR) pada berbagai Bank BUMN dan Lembaga keuangan.

Dalam hal fasilitasi permodalan Ibu Fatimah, Kepala Bidang Koperasi dan UMKM mengatakan :

“Jika ada pelaku usaha yang kesulitan modal dalam mengembangkan usahanya maka kami membantu memfasilitasi permodalan itu bisa lewat Koperasi, Perbankan, BUMN, Bank BRI, Bank Nagari, Bank Mandiri, Bank BNI, Bank dan BUMN memberikan produk murah yaitu KUR (Kredit Usaha Rakyat). Dari sekian banyak pilihan itu terserah UMKM mau milih yang mana yang menurutnya cocok dan lembaga pembiayaannya mana yang cocok dengan kriteria mereka. Selain itu kami juga membantu mengajukan beberapa pelaku usaha agar mendapat bantuan berupa barang. Fasilitas lain yang kami berikan yaitu dengan menyediakan tempat untuk para UMKM yaitu adanya Galeri Pajang hasil produksi UMKM di Lubuk Basung.”

Hal ini juga diperkuat oleh Bapak Drs. Dedi Asmar, Kepala Dinas Koperasi, UMKM Perindag Kabupaten Agam yaitu : *“Fasilitas yang kami berikan yaitu menghubungkan antara UMKM dengan perusahaan yang memiliki dana sosial atau CSR . Kami sudah kerjasama dengan Bank BSI, Bank Nagari, Bank Mandiri, dan Bank BNI terkait dengan pinjaman lunak (modal) yang diberikan oleh perusahaan sesuai dana sosial yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu kami juga menyediakan fasilitas yang lain yaitu tempat penjualan produk hasil UMKM di Galeri Pajang Hasil Produksi UMKM”* Selanjutnya berdasarkan penjelasan dari Bapak Asman Hadi, Pelaku UMKM di Lubuk Basung, yaitu :

“Awalnya saya berniat mengajukan izin PIRT dan

halal ke Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, lalu saya diarahkan ke Dinas Kesehatan, sedangkan untuk sertifikat halal saya diarahkan ke Bidang Perindustrian dan Perdagangan. Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, saya dimintai data dan keterangan setelah itu disurvei, dari awal mula itu saya mendapat bantuan berupa alat yang diajukan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perindag. Saya juga mendapat tawaran pinjaman modal dari Dinas Komidag apabila kekurangan modal dalam mengembangkan usaha. Untuk mengembangkan usaha saya, akhirnya saya meminjam modal Rp. 20.000.000 di Bank Nagari Syariah Unit Lubuk Basung) dengan bantuan Dinas Komidag.

Dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Sa'adah, yaitu sebagai berikut :

“Dinas Koperasi, UMKM, perindag Kabupaten Agam selalu membantu usaha saya yaitu dengan memberikan tawaran pinjaman modal, dan akhirnya saya meminjam modal Rp. 10.000.000 di PT Bank BSI KC Lubuk Basung untuk mengembangkan usaha saya.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pihak Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dan dua pelaku UMKM tersebut diatas dapat diketahui bahwa dalam memberdayakan dan mengembangkan UMKM di Kabupaten Agam yaitu dengan cara memberikan fasilitasi permodalan dan juga menyediakan tempat untuk menjual produk UMKM dengan adanya Galeri pajang Hasil Produksi UMKM di Lubuk Basung.

Pembentukan BUMD

Pembentukan / pendirian Badan Usaha Milik Daerah ini dimaksudkan sebagai motor penggerak perekonomian pelaku UMKM di Kabupaten Agam. Pemerintah Kabupaten Agam menargetkan BUMD itu sudah terbentuk pada tahun 2022 ini. Pada tahap awal BUMD ini bergerak pada pemasaran produk dan mengontrol kualitas usaha mikro, kecil dan menengah. Dilansir dari Agam Media Centre (AMC), Kepala Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam Drs. Dedi Asmar mengatakan bahwa pendirian BUMD tersebut bertujuan untuk menciptakan pelaku UMKM yang tangguh dan sejahtera. Drs Dedi Asmar mengemukakan bahwa *“Dapat dikatakan,*

BUMD ini nantinya menjadi wadah pemberdayaan pelaku usaha di Kabupaten Agam. Melalui BUMD, pelaku UMKM akan terorganisir dalam manajemen yang baik” ujarnya lebih lanjut diterangkan, “Selain memberdayakan UMKM, melalui BUMD nantinya akan membantu promosi dan pemasaran produk masyarakat. BUMD juga berperan sebagai klinik kewirausahaan sehingga produk yang dihasilkan pelaku usaha di Kabupaten Agam lebih layak bersaing (kompetitif). Secara perlahan hal itu akan menjadi fokus pemberdayaan dari pendirian BUMD, tujuan akhirnya adalah pelaku UMKM Kabupaten Agam menjadi lebih tangguh baik dari segi kualitas maupun perekonomian” Menurutnya : “Hampir 15.000 masyarakat Kabupaten Agam merupakan bagian dari 59,6 juta pelaku UMKM di Indonesia. Sebagian keluhan pelaku UMKM yang ditemui pihaknya adalah soal promosi, pemasaran, dan permodalan” Kehadiran BUMD ini diharapkan akan mampu mengurangi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, dan secara bertahap dapat memperkuat forum UMKM baik di tingkat Kabupaten Agam, Kecamatan-kecamatan, hingga Nagari-nagari.

Hal senada juga dikemukakan oleh Kepala Bagian Perekonomian Sekretariat Daerah Kabupaten Agam, Ibu Widiastuti, SE. Disebutkan, pendirian BUMD merupakan salah satu strategi meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Agam. BUMD dapat menjadi wadah pemasaran produk-produk masyarakat, baik produk UMKM, produk pertanian dan peternakan, ujarnya. Melalui BUMD, lanjutnya, Diharapkan mampu meningkatkan dan memperluas pangsa pasar. Kemudian menstandarisasi kualitas produk serta menjaga stabilitas harga produk lain dan komoditas lainnya. Ia menuturkan, rencana pendirian BUMD di Kabupaten agam telah dimulai dengan tahap penyepakatan jenis usaha dan bentuk BUMD. Adapun bentuk BUMD adalah Perseroda dengan jenis usaha perdagangan atau pemasaran.

Pembangunan Galerin Pajang Hasil Produksi UMKM

Pembangunan Galeri pajang hasil produksi UMKM ini ditujukan agar semua potensi dari hasil-hasil usaha dan kerajinan di seluruh Kecamatan bisa menjadi satu kesatuan dan terintegrasi. Sehingga mudah untuk

dipromosikan. Kepala Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam mengatakan “Kabupaten Agam kaya dengan produksi kerajinan rakyat yang selama ini masih tersebar keberadaannya. Jika sudah ada forum dan galeri, semua bisa dipromosikan secara terintegrasi”. “Agam memiliki kerajinan tangan sulaman, bordiran, kerajinan kuningan, perak dan puluhan hasil produk dari makanan dan masakan, tetapi belum tersosialisasi secara baik” ujarnya. Terkait dengan lokasi pembangunan galeri ini, pihak Dinas Koperasi, UMKM, Perindagkop telah membicarakan dengan pihak-pihak terkait dan Pimpinan daerah agar diperoleh lokasi yang strategis yaitu ditempat keramaian atau dengan dengan pasar (konsumen).

Launching E-UMKM

Pemerintah Kabupaten Agam melalui Dinas Koperasi, UMKM, Perindag telah menghadirkan Aplikasi bertajuk e-UMKM. Aplikasi tersebut merupakan aplikasi pendataan Koperasi dan pelaku UMKM di daerah, yang disajikan secara digital melalui webbsite. Kepala Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam mengatakan “Salah satu kelemahan pembinaan pelaku UMKM di Kabupaten Agam adalah tidak tersedianya data yang valid tentang keberadaan UMKM. Dengan adanya aplikasi e-UMKM ini diharapkan akan tersedia data yang valid sehingga memudahkan pelaksanaan program pembinaan, pengembangan dan pemberdayaan UMKM dimasa mendatang secara tepat sasaran dan berkeadilan”.

Data base pelaku UMKM dan Koperasi makan disajikan berdasarkan kelompok atau sektor usaha serta produk yang dihasilkan. “Setidaknya, melalui e-UMKM pemerintah dan masyarakat akan mendapatkan sejumlah kemudahan. Diantaranya kemudahan pemerintah dalam memberikan pendampingan, pembinaan dan pemberdayaan. Melalui aplikasi ini nantinya akan terdata pelaku usaha by name by adres dan juga jenis kelompok, usaha dan produk yang dihasilkan serta terkoneksi dengan data kependudukan” ujarnya.

Pendampingan Koperasi dan UMKM

Pembentukan Pendampingan Koperasi dan UMKM di Kabupaten Agam dimaksudkan untuk membantu, mengarahkan dan mendukung terhadap individu atau kelompok UMKM dan Koperasi melalui perumusan dan

mengevaluasi dalam pengembangan usahanya. Pendampingan Koperasi dan UMKM adalah individu yang memiliki kemampuan dan pengetahuan dibidang Koperasi dan UMKM yang direkrut untuk melakukan sosialisasi, advokasi, dan supervisi tentang pengembangan kegiatan Koperasi dan UMKM. Saat ini disetiap Kecamatan di Kabupaten Agam telah ada tenaga pendampingan Kooperasi dan UMKM yang bertugas mengkordinir, merangkum, corong dan penerima informasi sekelumit tentang usaha masyarakat untuk memperkuat kewirausahaan di Kabupaten Agam.

Pelatihan

Kegiatan Pelatihan ditujukan untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia terutama didalam mengelola usaha. Program ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM, perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Agam dalam memberdayakan dan mengembangkan usaha-usaha binaannya. Dinas Koperasi, UMKM, Perindag mengadakan pelatihan-pelatihan sesuai dengan potensi lokalnya. Pada tahap ini Dinas Koperasi, UMKM, Perindag sangat berperan penting untuk membina para pelaku usaha yang menjadi usaha-usaha binaannya. Dalam hal pelatihan ini, Ibu Fatimah, selaku Kepala Bidang Koperasi dan UMKM mengatakan :

“Pelatihan yang kami diberikan melihat dari potensi yang dimiliki masing-masing Kecamatan, artinya dalam rangka pemberdayaan dan pengembangan UMKM itu mengarah kepada bahan baku yang ada di Kecamatan / Nagarnya masing-masing. Selain itu kami juga memberikan pelatihan ketrampilan dan kreatifitas, yang dibutuhkan oleh pelaku usaha.” Dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Juwita Ariani, yaitu sebagai berikut : *“Saya pernah mengikuti pelatihan dari Dinas Koperasi, l UMKM, Perindag, pelatihan yang saya ikuti pembuatan produk dan mengemas produk agar terlihat menarik dan praktis yang bernilai jual tinggi. Sebelumnya saya mengemas produk dengan sederhana melalui plastik saja, sekarang pengemasannya menjadi menarik dengan menggunakan plastik yang tebal yang ada klipnya.”* dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Asnidar, yaitu sebagai berikut : *“Saya pernah mengikuti pelatihan pengemasan produk dan proses*

pembuatan di aula Dinas Koperasi, UMKM, Perindag sendiri,. Setelah mengikuti pelatihan saya menjadi lebih inovatif, dan berwawasan.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga narasumber diatas, dapat diketahui bahwa Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dalam memberdayakan dan mengembangkan UMKM di Kabupaten Agam selalu berupaya memberikan pelatihan berupa ketrampilan, inovasi dan kreativitas, memberikan pelatihan atau keterampilan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM, antara lain pengemasan produk, serta memberikan pelatihan proses pembuatan produk, marketing digital, dan sebagainya.

Promosi

Tabel 3. Data Kegiatan Pameran / Bazar Produk Hasil UMKM Kabupaten Agam Tahun 2021

No	Produk	Tanggal	Tempat
1	Kerajinan dan makanan	17 Nop s.d 12 Des 2021	Sumbar Expo 2021, Hotel Grand Inna Kota Medan
2	Muslim Fashion Show dan Exhibition	18 Pebr. s.d 25 Pebr.2021	Balaikota Payakumbuh
3	Produk UMKM	5 – 22 Desember 2021	Selasar Terminal BIM, Padang Pariaman
4	Produk UMKM	26 Juli s.d 30 Juli 2021	Pameran Koperasi dan UMKM Expo dalam rangka Hari Koperasi dan UMKM di Grand City Surabaya

Dalam hal Promosi Bapak Dedi Asmar, mengatakan :

“Untuk meningkatkan penjualan produk mereka, kami melakukan promosi baik online maupun offline terhadap produk- produk lokal kita. Selain itu juga dengan mengikuti pameran dan bazar diberbagai kegiatan baik lokal, maupun nasional. Untuk lokal seperti di Payakumbuh, Pariaman, Padang. kami mengadakan bazar dengan membuka stand gratis maupun sewa untuk pelaku usaha. Untuk yang Nasional biasanya bertempat di Jakarta, Surabaya, dan Yogyakarta. Untuk bazar yang ada diluar Kabupaten Agam seperti yang pernah terjadi seperti di Jakarta, Surabaya, dan Yogyakarta kita mendapat undangan. Produk yang ikut dipamerkan biasanya produk-produk unggulan daerah”.

Hal ini diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Nurul Aida, yaitu sebagai berikut :

“Produk-produk saya selalu mengikuti bazar baik

yang diselenggarakan di Sumatera Barat maupun di luar Sumatera Barat seperti Jakarta, Surabaya, dan Jogjakarta. Dengan mengikuti bazar tersebut, produk-produk saya semakin dikenal dan pendapatan saya semakin meningkat 50% dari biasanya."

Selanjutnya Bapak Marzuki juga mengemukakan pendapatnya yaitu sebagai berikut :

"Produk saya pernah ikut pameran dan bazar di Medan dan Surabaya. Dengan mengikuti bazar, pameran di luar Sumatera Barat, serta adanya Galeri Pajang Hasil Produk UMKM di Kabupaten Agam produk-produk saya mempunyai peminat yang meningkat, sehingga pendapatan saya menjadi bertambah dari biasanya".

Berdasarkan hasil wawancara dari ketiga narasumber diatas, maka dapat diketahui bahwa Strategi Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam juga menggunakan sarana promosi dalam memberdayakan dan mengembangkan UMKM di Kabupaten Agam yaitu dengan cara melakukan pameran serta bazar diberbagai tingkatan baik lokal maupun nasional seperti di Kabupaten Agam, Payakumbuh, Pariaman, Padang, Medan, Jakarta, Surabaya dan Jogjakartai. Selain itu promosi juga dilakukan di Galeri Pajang Hasil Produksi UMKM di Kabupaten Agam.

Perluasan Pasar

Strategi terakhir yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dalam memberdayakan dan mengembangkan usaha-usaha binaannya yaitu dengan memperluas pasar. Perluasan pasar ini sangat diperlukan oleh pelaku usaha. Dengan adanya perluasan pasar, pelaku usaha sangat diuntungkan karena produk mereka dikenal oleh banyak orang lokal maupun luar daerah Kabupaten Agam. Selain itu, adanya perluasan pasar dapat meningkatkan perekonomian pelaku usaha. Dalam hal Perluasan Pasar Bapak Dedi Asmar mengatakan :

"Kami melakukan perluasan pasar melalui kemitraan tidak hanya di Kabupaten Agam saja tetapi juga bekerja sama dengan pusat oleh-oleh yang ada diberbagai daerah yaitu Padang, Bukittinggi, Payakumbuh dan Pariaman,."

Dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan

pendapat yang disampaikan oleh Ibu Syafrida Hanum, yaitu sebagai berikut : *"Produk-produk saya sudah ada di pusat oleh-oleh Bukittinggi, di toko-toko, di pusat oleh-oleh luar daerah Kabupaten Agam, di Supermarket seperti Padang dan Payakumbuh. Saya mengirim produk saya ke kota-kota tersebut karena meningkatnya permintaan dan semakin banyak orang yang mengenali produk saya."*

Selanjutnya pendapat yang disampaikan oleh Bapak Mahyunis, yaitu sebagai berikut :

"Produk-produk saya ada di pusat oleh-oleh Kabupaten Agam, di pusat oleh-oleh luar daerah Kabupaten Agam, seperti di Supermarket Bukittinggi, Padang, Payakumbuh dan Pariaman, dan di toko-toko lainnya. Saya merasa produk saya semakin banyak dikenal oleh orang dan pendapatan saya menjadi meningkat."

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga narasumber diatas, dapat diketahui bahwa Dinas Koperasi, UMKM Perindag Kabupaten Agam juga melakukan Strategi perluasan pasar dalam Memberdayakan dan mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Agam. Melalui kemitraan yang telah bekerjasama dengan beberapa Pusat perbelanjaan, toko-toko dan Pusat oleh-oleh di beberapa Kota di Sumatera Barat. Dari beberapa strategi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Agam melalui Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan perdagangan untuk memberdayakan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menganut pola pemberdayaan pendampingan karena adanya pelatihan, fasilitasi permodalan, promosi, Pemndirian BUMD, Ketersediaan Galeri Pajang Hasil Produksi UMKM, dan adanya tenaga pendamping UMKM di setiap Kecamatan serta perluasan pasar.

Disamping itu, Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Agam juga melakukan pemberdayaan berpola pembinaan yaitu pembinaan pelatihan, penyediaan aoplikasi e-UMKM, terbentuknya forum UMKM untuk mengembangkan keahlian dan mengembangkan pengetahuan para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Kendala Dalam Penerapan Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Agam

Kendala yang dihadapi Pemerintah Kabupaten Agam dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yaitu sebagai berikut:

Faktor Kendala secara Internal

- 1) Kurangnya ketersediaan dan penggunaan teknologi

Teknologi merupakan suatu yang sangat diperlukan dalam usaha, dengan adanya teknologi usaha semakin maju, mempercepat waktu produksi, lebih efektif dan efisien. Tanpa adanya teknologi usaha akan kurang maksimal. Jika usaha tidak menggunakan teknologi maka harus lebih berhati-hati dan lebih inovatif agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lain yang menggunakan teknologi canggih. Kendala saat ini yang dihadapi Dinas Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Agam belum bisa memberikan bantuan teknologi yang berupa alat pengemasan. Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Agam menyarankan agar mengemas produk dengan aman, rapi dan menarik tanpa menggunakan alat penunjang pengemasan tersebut. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Fatimah, yaitu sebagai berikut :

"Kami mengadakan pemberdayaan dan pengembangan SDM, pelatihan, pendampingan, dan juga akses pemasaran, akses pemberian modal dan akses teknis. Kami hanya memberikan pelatihan setelah adanya peraturan dari Permendagri (Peraturan Menteri Dalam Negeri) yang membatasi pemberian bantuan kepada usaha nir laba yang menghasilkan keuntungan . terhitung mulai tahun 2016."

Hal tersebut diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Bapak Dedi Asmar, yaitu sebagai berikut :

"Kami memberikan bantuan berupa pelatihan, fasilitasi modal dan pemasaran. Kami tidak memberikan alat teknologi secara langsung, hanya melalui pelatihan dalam penggunaan teknologi."

Dari penjelasan di atas, diperkuat juga

dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Yulia Susanti, yaitu sebagai berikut :

"Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Agam tidak memberikan bantuan berupa alat secara langsung, saya pernah diberikan bantuan dari PT. Semen Padang dengan perantara Dinas Komidag. Dinas Komidag memberikan pelatihan dan pemantauan saja, selain itu juga memberikan informasi ketika saya membutuhkan modal untuk meminjam ke Bank, jadi bukan langsung memberikan modal".

Berdasarkan hasil wawancara terhadap ketiga narasumber tersebut, dapat dipahami bahwa kendala yang dihadapi Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dalam strategi pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah yaitu kurangnya ketersediaan teknologi. Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan tidak memberikan bantuan berupa teknologi kepada para pelaku UMKM binaannya.

- 2) Terbatasnya anggaran dana untuk mengadakan pelatihan

Pelatihan merupakan suatu hal yang sangat penting sekali bagi pelaku usaha. Dengan adanya pelatihan, pelaku usaha menjadi lebih berwawasan, kreatif, inovatif, dan terampil dalam mengembangkan usahanya. Namun terdapat kendala, pelatihan itu terhambat akibat dana anggarannya terbatas sehingga pelatihan tidak bisa dilakukan oleh semua bidang usaha. Dinas Koperasi, UMKM, perindag Kabupaten Agam tidak mampu untuk memenuhi pelatihan semua bidang usaha binaannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Dedi Asmar :

"Pelatihan diadakan diadakan secara berkala sesuai agenda Dinas. Pelatihan biasanya dilaksanakan di Aula Dinas Koperasi, UMKM, perindag Kabupaten Agam dan dirumah-rumah pelaku usaha jika lokasinya terjangkau. Tetapi, pelatihan ini terbatas karena anggarannya berasal dari APBD Kabupaten, kalau tidak ada anggaran kita tidak bisa terjun ke lapangan untuk memenuhi permintaan pelatihan para pelaku usaha, jadi kami adakan bergilir. Pelatihan yang diagendakan sebanyak tiga sampai empat kali dalam setahun."

Dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Sriani yaitu sebagai berikut :

“Waktu itu saya pernah mengikuti pelatihan di Aula Dinas Komidag, sebenarnya di daerah saya Kecamatan Pogalan banyak yang datang ke Dinas Komidag meminta pelatihan tapi tidak semua permintaan dituruti.”

Dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Zaimar, yaitu sebagai berikut :

“Saya pernah mengikuti pelatihan di aula Dinas Komidag sendiri, hanya itu saja dan itupun digilirnya lama sekali harus gantian.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dari ketiga narasumber maka dapat diketahui kendala yang dihadapi Dinas Koperasi, UMKM, perindustrian Perdagangan dalam strategi pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah yaitu Dinas Koperasi, UMKM, perindag tidak bisa memenuhi permintaan pelatihan semua usaha-usaha binaannya dan harus digilir karena dana keterbatasan anggaran yang tersedia.

- 3) Terbatasnya modal untuk mengembangkan usaha

Kendala selanjutnya yaitu modal, modal merupakan suatu hal yang sangat penting dalam mengembangkan usaha, tanpa adanya modal usaha tidak akan berkembang. Bagi para pelaku usaha yang tidak memiliki pengetahuan mengenai pinjaman modal di Bank, mereka merasa takut untuk mengajukan pinjaman. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Fatimah, yaitu sebagai berikut :

“Jika ada pelaku usaha yang kesulitan modal dalam mengembangkan usahanya maka kami membantu memfasilitasi permodalan itu baik melalui Bank dan lembaga keuangan lainnya, BUMN, Koperasi, Bank Nagari dan lain-lain . Dari sekian banyak pilihan. itu terserah UMKM mau memilih yang mana yang menurutnya cocok dan lembaga pembiayaannya mana yang cocok dengan kriteria mereka.”

Hal tersebut diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Bapak Dedi Asmar,

yaitu sebagai berikut :

“Kami menghubungkan antara UMKM dengan perusahaan yang memiliki dana sosial atau CSR. Kami sudah kerjasama dengan beberapa Bank dan Lembaga Keuangan lainnya, BUMN, Bank Nagari, terkait dengan pinjaman lunak (modal) yang diberikan oleh perusahaan sesuai dana sosial yang dimiliki oleh perusahaan.”

Penjelasan tersebut diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Hj. Sarifah, yaitu sebagai berikut :

“Saya juga mendapat tawaran pinjaman modal dari Dinas Koperasi, UMKM, perindag apabila kekuarangan modal dalam mengembangkan usaha. Untuk mengembangkan usaha saya pernah meminjam modal dengan bantuan Dinas Koperasi, UMKM, perindag Kab. Agam.”

Dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Yulianis, yaitu sebagai berikut :

“Dinas Koperasi, UMKM, Perindag selalu membantu usaha saya yaitu dengan memberikan tawaran pinjaman modal, dan akhirnya saya meminjam modal untuk mengembangkan usaha.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dari keempat narasumber kendala yang dihadapi Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan dalam strategi pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah yaitu terbatasnya modal untuk mengembangkan usahanya mereka.

Faktor Kendala secara Eksternal

- 1) Persaingan antar wilayah

Kendala yang muncul yaitu semakin banyaknya persaingan dalam usaha, maka akan semakin besar persaingan yang dihadapi apalagi produk yang dibuat sama dengan produk pengusaha lain. Hal ini sangat membahayakan para pelaku usaha, harus cermat dan berhati-hati, meningkatkan kreatifitas dan lebih inovatif, harus mempertahankan cita rasa serta meningkatkan kualitas produk. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Dedi Asmar, yaitu sebagai berikut :

“Hampir semua Kabupaten Kota memiliki produk dan potensi yang sama, kita harus bisa bersaing. Cara bersaingnya adalah harus

menciptakan produk sesuai permintaan masyarakat, berinovasi, meningkatkan kreatifitas, menciptakan varian produk yang berbeda, mempertahankan cita rasa dan meningkatkan kualitas produk.

Dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Salmah, yaitu sebagai berikut :

“Sekarang di Kabupaten Agam maupun di luar Kabupaten Agam sudah banyak masyarakat yang mempunyai usaha sama seperti saya yaitu oleh-oleh khas daerah. Sehingga persaingan juga semakin ketat. Para pemilik usaha harus bisa berinovasi dan mempertahankan cita rasa. Kalau tidak usahanya akan terancam.”

Dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Yulianis, yaitu sebagai berikut :

“Sekarang di Kabupaten Agam sendiri sudah banyak orang yang mempunyai usaha sama seperti saya, apalagi diluar daerah Agam itu sangat mengancam usaha saya. Para pelaku usaha harus menciptakan varian produk yang berbeda dan harus meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan pemilik usaha yang lain. Di Bukittinggi, dan Payakumbuh sudah banyak usaha oleh-oleh khas Agam .”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dari ketiga narasumber kendala yang dihadapi Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan dalam strategi pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah yaitu adanya persaingan antar wilayah. Banyak produk yang sama di suatu wilayah sehingga menjadi kendala bagi pelaku usaha.

2) Segmentasi Pasar

Kendala yang muncul yaitu adanya segmentasi pasar. Segmentasi pasar perlu dilakukan untuk menemukan konsumen dan untuk meningkatkan harga jual produk dengan memperhatikan kemasan produk agar terlihat menarik, bagus, dan bernilai jual tinggi. Dengan adanya segmentasi pasar, konsumen lebih bisa tertarget. Jika tidak bisa menerapkan segmentasi pasar usaha terancam gulung tikar. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Dedi Asmar

yaitu sebagai berikut :

“Ketika kita membuat produk kita harus bisa melihat ke segmentasi pasarnya. Kemasan akan membawa ke segmentasi pasar, meskipun rasanya sama, tetapi kalau kemasannya lebih bagus, itu berarti segmentasi pasarnya lebih tinggi daripada kemasan yang biasa. Dengan adanya segmentasi pasar, konsumen menjadi lebih tertarget.”

Dari penjelasan di atas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Tiara, yaitu sebagai berikut :

“Saya kesulitan untuk menentukan konsumen, konsumen golongan seperti apa yang saya tuju itu belum terlalu jelas. Saya takut ada pesaing yang lebih unggul bisa merebut pasar saya. Produk saya juga belum terlalu jelas fokusnya untuk kelompok pembeli yang mana.”

Dari penjelasan diatas, diperkuat juga dengan pendapat yang disampaikan oleh Ibu Suarni, yaitu sebagai berikut :

”Untuk menentukan target saya masih bingung kelompok pembeli mana yang saya terget. Saya rasa juga belum maksimal dalam membuat produk agar terlihat menarik. Saya jadi takut akan pengusaha lain yang lebih unggul bisa mengancam bisnis saya. Produk saya pembelinya kebanyakan orang dewasa saja masih belum bisa membuat produk yang disukai semua golongan.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dari ketiga narasumber terserbut, dapat diketahui bahwa kendala yang dihadapi Dinas Koperasi, UMKM, perindag Kabupaten Agam dalam strategi pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah yaitu adanya segmentasi pasar, para pelaku usaha masih bingung dalam menentukan segmentasi pasar dan belum bisa menarget konsumen sehingga akan menjadi kendala kedepan bagi usahanya.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan beberapa uraian serta hasil penelitian yang penulis sajikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sesuai dengan perumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- 1) Strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Agam melalui Dinas Koperasi, Dinas Koperasi, UMKM, Perindag dalam memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Agam yaitu: fasilitasi permodalan, Pendirian BUMD penunjang UMKM, Penyediaan galeri pajang hasil produksi UMKM, Pembentukan forum UMKM dengan pengurus yang mewakili 15 Kecamatan di Kabupaten Agam, menjalin kerjasama / kemitraan usaha, penyediaan tenaga pendampingan UMKM, memberikan pelatihan, melakukan promosi dan perluasan pasar. Dari semua strategi dalam melakukan pemberdayaan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah ini sama-sama berdampak cukup signifikan dan secara langsung memberikan kemajuan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah.
- 2) Kendala Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dalam melakukan strategi pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Agam yaitu sebagai berikut:
 - a) Faktor kendala secara internal Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dalam melakukan strategi pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah yaitu: kurangnya ketersediaan teknologi, terbatasnya anggaran dana untuk melakukan penelitian, terbatasnya modal untuk mengembangkan usaha. Dari semua faktor kendala secara internal berdampak pada target Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Agam dan secara tidak langsung menyebabkan penurunan kinerja Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dan juga berpengaruh cukup besar bagi kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah.
 - b) Faktor kendala secara eksternal Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dalam melakukan strategi strategi pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah yaitu: persaingan antar wilayah dan segmentasi pasar. Dari

semua faktor kendala secara internal berdampak pada target Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dan secara tidak langsung menyebabkan penurunan kinerja Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Agam dan juga berpengaruh cukup besar bagi kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah.

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan-temuan yang didapatkan, dapat dikemukakan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk diperhatikan. Bagi praktisi, khususnya Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindag Kabupaten Agam, diharapkan mampu memberikan dukungan yang lebih dalam menyediakan anggaran dana untuk pelatihan serta meningkatkan bantuan berupa teknologi yang terjangkau bagi para pelaku UMKM. Selain itu, penting untuk melakukan sosialisasi kepada pelaku UMKM terkait peminjaman modal, sehingga mereka mengetahui adanya fasilitas permodalan dari dinas yang dapat membantu meningkatkan produksi dan daya saing usaha mereka.

Bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Agam, disarankan untuk lebih cermat dan berhati-hati dalam menghadapi persaingan antar wilayah serta meningkatkan kreativitas dan inovasi untuk mempertahankan cita rasa dan meningkatkan kualitas produk. Dalam mengatasi segmentasi pasar, pelaku UMKM harus mampu menentukan segmentasi pasar dengan baik agar konsumen tertarget dengan tepat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik.

Bagi kalangan akademik, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk kajian ilmu manajemen strategi dan ilmu pembangunan, serta dokumentasi bahan acuan penelitian selanjutnya, selain jurnal dan buku yang sudah ada. Untuk peneliti selanjutnya, pembahasan mengenai strategi pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Agam dalam penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga diharapkan dapat

digunakan sebagai kajian untuk melengkapi kekurangan, menambah variabel, serta memperluas lokasi penelitian.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, D. F. (2011). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal. *Jurnal Administrasi*, 1(6).
- Arwas, O. M. (2014). *Pemberdayaan masyarakat di era global*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2013). *Strategic management: Sustainable competitive advantages*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bain, R. (1937). 'Technology as a cultural force: For Alena and Griffin. *The Canadian Journal of Sociology*.
- Direktorat Bantuan Sosial. (2007). *Pedoman pendamping pada rumah perlindungan dan trauma center*. Jakarta: Departemen Sosial.
- Emzir. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif: Analisis data*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Ferrel, O. C., & Pride, W. M. (1995). *Pemasaran: Teori dan praktik sehari-hari*. Jakarta: Aksara.
- Gunawan, I. (2013). *Metode penelitian kualitatif teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haming, M., & Numajamuddin, M. (2011). *Manajemen produksi modern (Buku ke-1, edisi ke-2)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Helmi, M. (1973). *Dakwah dalam alam pembangunan I*. Semarang: Toha Putra.
- Irawan, S. (1992). *Ekonomi pembangunan* (edisi pertama). Yogyakarta: BPFE.
- Istiqamah, & Supriyadi. (2008). *Dasar-dasar pengembangan masyarakat Islam*. Bandar Lampung: Fakultas Dakwah.
- Kasali, R. (2001). *Membidik pasar Indonesia: Segmentasi, targeting, dan positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kuncoro, M. (2010). *Masalah, kebijakan, dan politik ekonomika pembangunan*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, P. A. (2006). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Mangkuprawira, S. (2002). *Manajemen sumber daya manusia strategik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2009). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munawir, S. (2004). *Analisis laporan keuangan*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Padangaran, A. M. (2011). *Manajemen proyek pengembangan masyarakat*. Kendari: Unhalu Press.
- Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: Lkis Yogyakarta.
- Primiana, I. (2009). *Menggerakkan sektor riil UKM dan industri*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, L. R. (2018). Strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ekonomi kreatif kerajinan kulit di Kabupaten Magetan.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah*.

- Richard, G. L. (1997). *Pengantar mikro ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Riduwan. (2010). *Metode dan teknik menyusun tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rismiati, E. C., & Suratno, B. (2001). *Pemasaran barang dan jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rivai, V., & Sagala, J. (2011). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan dari teori ke praktik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Saripah, L., & Hernawati. (2011). *Memfaatkan koperasi dan UMKM: Tindak lanjut program PKH PNFI*. Bandung: April Media.
- Sartika, T., & Soejoedono, R. (2002). *Ekonomi skala kecil menengah dan koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1).
- Siagian, P. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: CV Alfabeta.
- Suharto, E. (2017). *Membangun masyarakat, memberdayakan rakyat: Kajian strategis pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerja sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sumodiningrat. (1997). *Pembangunan daerah dan pemberdayaan masyarakat*. Jakarta: PT. Bina Rena Pariwara.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar metode penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Tiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. (2011). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Umar, H. (2000). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zuliyah, S. (2010). Strategi pemberdayaan masyarakat desa dalam menunjang pembangunan daerah. *Journal of Rural and Development*, 1(2).