

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor UMKM. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah (Primiana, 2009:49).

Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM juga memanfaatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. Peran sektor UMKM sangat penting karena mampu menciptakan pasar-pasar, mengembangkan perdagangan, mengelola sumber alam,

mengurangi kemiskinan, membuka lapangan kerja, membangun masyarakat dan menghidupi keluarga mereka tanpa kontrol dan fasilitas dari pihak pemerintah daerah yang memadai. UMKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar.

Secara singkat dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. Karakteristik utama UMKM adalah kemampuannya mengembangkan proses bisnis yang fleksibel dengan menanggung biaya yang relatif rendah. Kehadiran UMKM bukan saja dalam rangka peningkatan pendapatan tapi juga dalam rangka pemerataan pendapatan. Hal ini bisa dimengerti karena sektor UMKM melibatkan banyak orang dengan beragam usaha. Pemerintah sudah mempunyai komitmen memberdayakan ekonomi kerakyatan dalam hal ini UMKM dan koperasi. Hal ini tercantum dalam GBHN 1999-2004. Namun misi ini sempat belum terlaksana seiring dengan sikap pemerintah yang masih mengandalkan usaha besar sebagai motor pertumbuhan ekonomi. Ada ketakutan pemerintah tentang pertumbuhan yang rendah sehingga mereka kembali dengan kebijakan ekonomi konglomerasi mengingat tekanan dari dunia internasional agar Indonesia mengejar pertumbuhan daripada pemerataan.

Tentu tantangan yang dihadapi pemerintah pusat berbeda dengan pemerintah daerah. Pemerintah daerah banyak disibukkan dengan masalah khas di daerah seperti kemiskinan sehingga tidak ada alasan untuk tidak memberdayakan kelompok masyarakat miskin. Beberapa penelitian mendapatkan hubungan yang erat antara pemberdayaan UMKM dengan pertumbuhan ekonomi daerah. Sebagai persyaratan agar strategi pembangunan daerah bekerja dengan baik, maka harus

ada evaluasi terhadap kekuatan dan kelemahan masyarakat, identifikasi kesempatan bagi UMKM, pengurangan hambatan bisnis, dan pemberian kesempatan lintas pelaku setempat untuk berpartisipasi dalam proses. Dalam pembangunan daerah ini, strategi dan pendekatan yang bisa dilakukan antara lain investasi dibidang infrastruktur, penyediaan insentif bagi investasi bisnis, mendorong pengembangan investasi baru, pengembangan klaster, pengembangan kemitraan, pengembangan kesempatan kerja, penyediaan layanan pelatihan dan konsultasi, pengembangan lembaga keuangan mikro, penguatan proteksi lingkungan, pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan, perlindungan terhadap warisan budaya, dan pendirian lembaga pembangunan daerah (Abidin, 2008:4).

Pemerintah berupaya untuk meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing secara internasional, serta menumbuhkan kemandirian ekonomi dengan pemberatan sektor-sektor strategis ekonomi domestik. Pemerintah daerah dapat memberdayakan UMKM melalui pembuatan peraturan yang tepat. Pemberdayaan dimaksudkan untuk menjadikan UMKM sebagai usaha yang tangguh dan mandiri dalam perekonomian nasional. Dalam proses pemberdayaan melibatkan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat. Dalam hal ini pemerintah harus menciptakan iklim usaha yang kondusif dan melakukan pembinaan dan pengembangan berupa bimbingan dan bantuan lainnya. Memang banyak UMKM yang masih menghadapi kendala yaitu lingkungan yang tidak kondusif untuk berusaha. Misalnya, ijin yang sulit atau penyogokan yang memberatkan usaha

UMKM. Jika ini dilakukan berarti pemerintah membantu UMKM keluar dari kendala internal dan eksternal.

Kabupaten Jepara merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang mempunyai banyak UMKM dibanding dengan kabupaten-kabupaten di sekitarnya seperti Kudus, Pati dan Demak. Di tahun 2015 jumlah UMKM di Jepara mencapai 47.721 dan mampu menyerap tenaga kerja hingga 172.956 pekerja. Pada sentra-sentra industrinya, seperti sentra industri kerajinan seni ukir, patung dan relief, sentra industri logam dan lain sebagainya berkembang sangat baik, yang semula hanya beberapa saja, dari tahun ke tahun bertambah jumlahnya yang sekaligus terjadi peningkatan penyerapan tenaga kerja. Pemasaran yang dilakukan UMKM pun cukup luas, tersebar di kota-kota di seluruh Indonesia, mulai dari Yogyakarta, Jakarta, Bali hingga ke Sumatera. Bahkan beberapa UMKM telah dapat memasarkan hasilnya ke luar negeri seperti Kanada, Spanyol, Amerika dan Arab. Selain itu, banyak pembeli yang mengunjungi langsung sentra industri tersebut, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Adanya sentra-sentra industri UMKM di Jepara membuat para pembeli mempunyai banyak pilihan dalam membeli suatu produk dengan kualitas yang beragam dan harga yang bersaing, selain itu juga mempermudah akses pembelian karena dalam satu sentra industri, pembeli dapat menjumpai banyak UMKM, sehingga pembeli tidak perlu pergi ke beberapa tempat yang lokasinya berjauhan. Di samping itu, sentra-sentra industri yang beragam cukup banyak jumlahnya dapat menjadi objek pariwisata yang potensial jika dikembangkan dan dikelola dengan baik. Selain pendapatan masyarakat yang meningkat juga mampu

mengurangi jumlah penduduk miskin di Jepara yang mencapai 100.484 orang di tahun 2014.

**Tabel 1.1** Angka Kemiskinan di Kabupaten Jepara

Indikator	Tahun		
	2012	2013	2014
Garis Kemiskinan (RP/Kapita/bulan)	263.266	285.287	299.914
Jumlah Penduduk Miskin (orang)	107.000	106.900	100.484
Persentase Penduduk Miskin (%)	9,38	9,23	8,55

*Sumber: Data Indikator Kemiskinan Tahun 2014, Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara.*

Pemerintah pada intinya memiliki kewajiban untuk turut memecahkan tiga hal klasik yang kerap kali menerpa UMKM, yakni akses pasar, modal, dan teknologi. Secara keseluruhan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan terhadap unit usaha UMKM, antara lain kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pembiayaan, akses pasar, peningkatan kualitas produk dan SDM, ketersediaan layanan pengembangan usaha, pengembangan cluster, jaringan bisnis, dan kompetisi. Di Kabupaten Jepara sendiri telah di bentuk UMKM Jepara Center, yaitu sebuah program dari Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Jepara dalam bidang pembinaan, pengembangan, dan pelatihan UMKM Jepara. UMKM Jepara center dibentuk untuk menjadi wadah yang menampung wirausaha yang siap mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, pada tanggal Senin 14 Maret 2016, Kementerian

Koperasi dan UMKM menggelontorkan bantuan modal Rp50 miliar. Bantuan tersebut diberikan kepada pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Jepara. Bantuan modal tersebut disalurkan melalui Lembaga Pengelola Dana Bergulir, Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (LPBD-KUMKM).

**Tabel 1.2** Daftar Produk Unggulan tiap Kecamatan di Kabupaten Jepara

Kecamatan	Produk UMKM Unggulan	Keterangan
Nalumsari	a. Gebyok b. Rebana	a. Kayu ukiran yang digunakan untuk sekat antar ruang atau ditempatkan didepan sebagai pintu masuk rumah. b. Berada di Desa Bategede Kecamatan Nalumsari laku dipasarkan di luar negeri. Beberapa Negara tersebut diantaranya Yaman, Syria dan Brunei Darussalam.
Mayong	a. Genteng b. Gerabah	a. Kerajinan genteng berkembang di Desa Mayong Lor, Mayong Kidul dan Jatisari. Sebanyak 709 unit usaha di masyarakat dan telah menyerap 4.212 orang tenaga kerja. b. Perkakas yang terbuat dari tanah liat yang dibentuk dan dijual di pasar lokal.
Welahan	a. Carang Madu	a. Panganan renyah berbentuk seperti sarang burung atau kumpulan lembaran mirip carang atau ranting bambu, dengan diolesi madu di atasnya.
Kalinyamatan	a. Konveksi b. Kuningan c. Monel	a. Desa Pendosalawan, Kecamatan Kalinyamatan ini mempunyai usaha di bidang konveksi baju dan kerudung muslimah. b. Hasil karya pengrajin kuningan Desa Pendosawalan pada umumnya adalah Seni Kaligrafi, namun seiring dengan keinginan konsumen juga dibuat Seni Relief serta Seni Kaligrafi pada jam dinding dan dinding tembok. c. Kerajinan yang terbuat dari bahan

		baja putih atau monel seperti anting – anting, kalung, cincin, gelang dan lain – lain. Industri kerajinan monel berada di Desa Kriyan, Kecamatan Kalinyamatan.
Pecangaan	a. Tenun Ikat atau Kain Troso b. Rebana	a. Berada di Desa Troso Kecamatan Pecangaan, fokus penjualan Tenun Troso saat ini di daerah Bali dan NTB b. Produk rebana di Jepara memiliki keunggulan di kualitas bahan serta finishing.
Kedung	a. Garam b. Keripik Ketela	a. Pemasaran garam yang diproduksi baru sebatas pasar lokal di Jepara. b. Keripik ketela dari desa Dongos ini ada yang di jual ke Kalimantan, Batam dan Sumatra Utara. Banyak juga di seputaran Jepara, seperti Demak dan Kudus.
Batealit	a. Pingket b. Rengginang	a. Pingket adalah emping ketan, makanan khas dari Kabupaten Jepara. Pemasaran baru sebatas daerah Jepara. b. Meskipun Rengginang bukan makanan khas Jepara tetapi di Jepara banyak peminat Rengginang.
Tahunan	a. Mebel Indoor b. Batik	a. Berupa set meja kursi, lemari, atau perangkat dalam rumah. b. Motif-motif ukiran khas Jepara di aplikasikan ke dalam batik sehingga menjadi batik khas Jepara.
Jepara	a. Sentra Patung	a. Desa Mulyoharjo menjadi pusat bagi wisatawan untuk mencari patung-patung ukiran khas Jepara.
Mlonggo	a. Kacang Oven b. Garden atau Mebel Outdoor	a. Keunggulan dari kacang oven adalah tidak ada kandungan minyak karena pembuatannya dengan cara dipanggang dalam oven. b. Berupa bangku taman, Gazebo, atau perangkat outdoor berbahan kayu.
Pakis Aji	a. Handycraft	a. Fokus produksi berupa kerajinan kayu seperti jam dinding, tempat lampu dll.
Bangsri	a. Makanan Olahan (cemilan)	a. Berupa keripik dan kue tradisional.

Kembang	a. Larut (kue tradisional)	a. Berada di Desa Kaliaman. Banyak dijumpai ketika lebaran.
Keling	a. Kopi Tempur	a. Merupakan kopi dari Jepara yang memiliki rasa pahit yang khas.
Donorojo	a. Batik Kayu b. Batu Bata	a. Batik kayu biasanya berupa hiasan dinding seperti halnya seni kaligrafi. b. Batu bata di Donorojo untuk memenuhi permintaan pasar lokal Jepara.
Karimunjava	a. Kerajinan Kayu (tasbih, tongkat dll) b. Kerupuk Ikan	a. Keunggulan dari kerajinan kayu Karimunjava adalah bahan baku berasal dari kayu Dewandaru. b. Produk unggulan dari Karimunjava adalah kerupuk dari ikan Tengiri.

*Sumber: Profil Produk Unggulan UMKM Kabupaten Jepara 2015, Dinas Koperasi UKM Tenagakerja dan Transmigrasi Kab. Jepara*

Pemerintah Kabupaten Jepara sendiri telah mengeluarkan Perda no 19 tahun 2012 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah di Kabupaten Jepara yang bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Dalam Perda tersebut mengatur tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan keberlangsungan UMKM Kebijakan pengaturan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diarahkan untuk mewujudkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai kelembagaan ekonomi kerakyatan yang menerapkan sistem pengelolaan usaha secara efisien, produktif, dan berdaya saing, mandiri dan mampu sejajar dengan pelaku ekonomi lainnya melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif dan keunggulan kompetitif sehingga mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produk.

Kebijakan meningkatkan kualitas dan daya saing produk dilakukan melalui pendampingan, pelatihan, pengembangan teknologi produksi, pembinaan



terhadap aspek manajemen, pembaharuan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas. Perlindungan kepada UMKM juga dilakukan dengan mengembangkan dan memperluas akses pasar dan/atau pengguna jasa melalui promosi dan pengembangan jejaring melalui:

- a. Membantu promosi, membuka pameran, menghubungkan dengan pihak penyalur atau pembeli; dan
- b. Membangun kemitraan dengan Usaha Besar.

Selain itu di dalam Perda tersebut mengatur tentang pembinaan untuk UMKM melalui penyuluhan, pelatihan, penigkatan kompetensi dalam bidang manajemen dan pengembangan teknologi, serta memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan.

Pengembangan UMKM dilakukan agar UMKM yang sudah ada dapat menciptakan usaha-usaha baru yang profesional dan berjiwa wirausaha dengan menciptakan iklim yang kondusif agar keberhasilan UMKM berdasarkan kemampuan pengusaha UMKM untuk bersaing dengan pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah lainnya dalam memanfaatkan peluang. Meningkatnya kualitas dari UMKM yang bergerak di sektor ekonomi mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan penyerapan tenaga kerja dan dapat menciptakan UMKM yang baru.

Akan tetapi, karena terbatasnya anggaran yang dimiliki pemerintah Jepara dan beberapa berbenturan dengan kebijakan lain, semua hal yang tertuang dalam Perda tersebut belum dapat dilakukan. Pengalihannya dengan memberikan banyak pelatihan SDM dan pengembangan mutu dengan intensitas yang lebih banyak.

Meski di tingkat daerah tidak ada solusi yang riil, tapi bisa ditutupi dengan program dari pemerintah pusat. Salah satunya dengan program pemberian pinjaman lunak. Untuk UMKM, ada kredit usaha rakyat (KUR). (*suara merdeka:24 februari 2016*)

UMKM memiliki potensi yang begitu besar bagi peningkatan perekonomian rakyat, namun kenyataannya UMKM masih mengalami berbagai hambatan internal maupun eksternal dalam bidang produksi, pengolahan, pemasaran, modal dan lain-lain. Berdasarkan permasalahan yang biasa dialami oleh UMKM di Jepara, diperlukan adanya strategi kebijakan dari pemerintah yang pada intinya memiliki kewajiban untuk turut memecahkan tiga hal masalah klasik yang kerap kali menerpa UMKM, yakni akses pasar, modal, dan teknologi yang selama ini kerap menjadi pembicaraan di seminar atau konferensi. Secara keseluruhan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan terhadap unit usaha UMKM, antara lain kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pembiayaan, akses pasar, peningkatan kualitas produk dan SDM, ketersediaan layanan pengembangan usaha, pengembangan cluster, jaringan bisnis, dan kompetisi. Dengan adanya fenomena tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemerintah dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara”**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka penulis merumuskan masalah yang kemudian akan dijadikan sebagai acuan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara?
2. Bagaimana hambatan pemerintah dalam pelaksanaan Strategi Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian strategi Pelaksanaan Pengembangan UMKM dalam Peningkatan Ekonomi di Kabupaten Jepara antara lain:

1. Untuk menganalisis strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara.
2. Untuk mendeskripsikan hambatan pemerintah dalam pelaksanaan Strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1. Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembangan dan khasanah ilmu pengetahuan, terutama dalam kajian teori-teori ilmu sosial dan politik, khususnya dalam mencari kesesuaian antara teori dan fakta dalam kajian kebijakan publik terutama dalam kajian pemberdayaan masyarakat.

#### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

- a. Untuk memberikan sumbangan pemikiran terhadap pemecahan masalah dalam mengatasi hambatan pada pelaksanaan program pemerintah

- b. Mengembangkan wawasan keilmuan dari ilmu pemerintahan, khususnya Kebijakan Publik dan Pemberdayaan Masyarakat.

#### **1.4.3. Kegunaan Sosial**

- a. Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan serta mampu mengimplementasikan antara ilmu yang diterima dengan praktik di lapangan.
- b. Memberdayakan masyarakat guna menuju masyarakat madani (civil society) dan mewujudkan konsep pembangunan yang berkelanjutan (sustainability).

### **1.5. Tinjauan Pustaka**

#### **1.5.1. Penelitian Terdahulu**

Setelah peneliti melakukan telaah terhadap beberapa penelitian, ada beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan.

Penelitian pertama yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Dian Andhiny Paramasari (2009) yang berjudul “Strategi Dinas Koperasi Dan UKM Kota Surakarta Dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta dan mengetahui faktor apa saja yang mendukung dan menghambat dalam pengembangan sektor UMKM. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

Manajemen oleh T. Hani Handoko, Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial oleh John M. Bryson, Manajemen Strategik oleh Hadari Nawawi, dan lain-lain. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi langsung, dan pencatatan dokumen. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yang bisa juga berkembang menjadi snowball sampling. Untuk menguji validitas data digunakan teknik triangulasi data, sedangkan dalam penarikan kesimpulan digunakan teknik analisis interaktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta hanya menjalankan strategi yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Pusat yang dituangkan dalam Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM. Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta melakukan kegiatan-kegiatan yaitu Sosialisasi Dukungan Informasi Penyediaan Permodalan Bagi UMKM, Penyelenggaraan Promosi Produk UMKM, Penyelenggaraan Pelatihan Kewirausahaan, Penyusunan Kebijakan Tentang UMKM, dan Fasilitasi Pengembangan UMKM. Faktor yang mendukung adalah tersedianya dana atau anggaran yang memadai, jalinan kerjasama dengan para stakeholders, serta adanya sarana dan prasarana yang memadai. Faktor yang menghambat adalah rendahnya jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh SDM UMKM yang berdampak pada terhambatnya pelaksanaan strategi pengembangan tersebut. Rekomendasi yang diajukan penulis untuk Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta dalam hal pengembangan UMKM adalah dengan ditambahkan kegiatan

pelatihan penumbuhan jiwa kewirausahaan serta lebih memperbanyak kegiatan pameran agar produk yang dihasilkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

Penelitian kedua yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Edy Suandi Hamid dan Y. Sri Susilo (2011) yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali berbagai informasi berkaitan dengan UMKM dalam rangka memberikan rekomendasi pengambilan kebijakan pengembangannya. Riset mencakup wilayah 4 kabupaten (Bantul, Sleman, Kulonprogo, Gunungkidul) dan kota Yogyakarta, Provinsi DIY, khususnya pada daerah-daerah sentra industri. Survei lapangan dilakukan pada bulan Januari sampai dengan Februari 2010. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi langsung, dan pencatatan dokumen. Studi ini dilakukan secara cross sectional melalui analisis data sekunder dan survei kepada para pelaku UMKM yang berlokasi di Provinsi DIY, yang meliputi empat kabupaten dan kota Yogyakarta. Responden dalam studi adalah para pelaku dari berbagai jenis UMKM unggulan produktif yang muncul dari tahap analisis data sekunder. Dalam survei ini jumlah responden yang dijadikan responden adalah 220 UMKM di Provinsi DIY yang terdiri atas 4 kabupaten tersebut. Sampel diambil secara purposive sampling.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM di Provinsi DIY, antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi UMKM, maka diperlukan strategi untuk mengatasinya. Untuk mengembangkan UMKM tentu saja tidak hanya dibebankan pada UMKM sendiri namun harus memperoleh dukungan seluruh stake-holders. Dukungan termaksud diharapkan datang dari asosiasi pengusaha, perguruan tinggi, dan atau dinas/instansi terkait di lingkungan pemerintah kabupaten/kota dan Provinsi. Di samping itu diperlukan kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM di DI Yogyakarta pada dasarnya adalah percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilisasi. Dalam rangka pengembangan UMKM tersebut, maka direkomendasikan berbagai kebijakan dan strategi meliputi: (1) Berbagai pelatihan dalam pengembangan produk yang lebih variatif dan berorientasi kualitas dengan berbasis sumber daya lokal; (2) Dukungan pemerintah pada pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern; (3) Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal; (4) Kebijakan kredit oleh perbankan dengan bunga lebih murah dan proses

lebih sederhana sehingga akan mendukung percepatan proses revitalisasi proses produksi; (5) Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun nonfisik untuk menurunkan biaya distribusi sehingga produk UMKM akan memiliki daya saing lebih tinggi; (6) Dukungan kebijakan pengembangan promosi ke pasar ekspor maupun domestik dengan berbagai media yang lebih modern dan bervariasi.

Penelitian ketiga yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Robby Firmansyah, Ratih Nur Pratiwi, Riyanto (2014) yang berjudul “Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Madiun (Studi pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dan Sentra Industri Brem Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun)”. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemerintah Kabupaten Madiun dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya Di Sentra Industri Brem Desa Kabupaten Madiun. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan maksud membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai faktor-faktor, sifat-sifat serta lingkungan antara fenomena yang diselidiki, dan untuk menjangkau permasalahan dalam mengetahui strategi pemerintah daerah dalam pemberdayaan UMKM pada sentra industri Brem Desa Kaliabu Kabupaten Madiun secara mendalam yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian



ini dilakukan di Kabupaten Madiun. Sedangkan situs penelitian yang ditetapkan adalah Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dan Sentra Industri Brem di Desa Kaliabu Kabupaten Madiun.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Pada umumnya Industri Brem di Sentra Industri Brem Desa Kaliabu merupakan usaha perorangan yang mengandalkan modal milik pribadi dengan jumlah yang sangat terbatas. Maka dari itu, Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun mem-fasilitasi beberapa industri brem yang ada di Desa Kaliabu dengan PT. INKA Madiun dalam memberikan bantuan, baik berupa pinjaman permodalan. (2) Salah satu strategi pemerintah daerah dalam pemberdayaan Usaha Kecil, Mikro dan menengah di Sentra Industri Brem Desa Kaliabu adalah pengembangan pemasaran. Diskoperindagpar Kabupaten Madiun memberikan bantuan promosi dengan cara mengikut sertakan hasil-hasil produksi brem dalam suatu pameran, membantu para pengusaha brem dengan cara menjalin kerjasama dengan para pemilik supermarket dan toko-toko oleh-oleh makanan khas Kabupaten Madiun. (3) Strategi Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dalam pemberdayaan UMKM di Sentra Industri Brem Desa Kaliabu berikutnya adalah pengembangan sumber daya manusia. Selama tahun 2012-2013 Diskoperindagpar telah melaksanakan 3 kali pembinaan dan pelatihan. Selain itu Diskoperindagpar Kabupaten Madiun telah menjalin kerja sama

dengan PT. INKA yang ada di Kota Madiun. (4) Strategi pengaturan dan pengendalian yang dilakukan Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan, dan Pariwisata Kabupaten Madiun meliputi Pengaturan Perijinan dan Fungsi Kelembagaan. Diskoperindagpar telah memfasilitasi pengusaha brem Desa Kaliabu dalam memperoleh perizinan. Serta Diskoperindagpar telah melaksanakan kemitraan salah satunya dengan PT. INKA yang ada di Kota Madiun (5) Faktor pendorong dalam melaksanakan pemberdayaan di Sentra Industri Brem Desa kaliabu antara lain : a) brem sebagai produk unggulan, b) dukungan dari pihak-pihak terkait. Sedangkan faktor penghambatnya antara lain: a) memiliki permasalahan dalam permodalan, b) pengelolaan manajemen yang kurang.

**Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Metode	Hasil
1	Dian Andhiny Paramasari (2009)	Strategi Dinas Koperasi Dan UKM Kota Surakarta Dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)	Telaah literatur, wawancara, observasi langsung, dan pencatatan dokumen. Analisis data deskriptif kualitatif, triangulasi data dan analisis	Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta melakukan kegiatan-kegiatan yaitu Sosialisasi Dukungan Informasi Penyediaan Permodalan, Penyelenggaraan Promosi Produk, Penyelenggaraan Pelatihan Kewirausahaan, Penyusunan Kebijakan, dan Fasilitasi Pengembangan UMKM. Faktor

				yang mendukung adalah tersedianya dana, kerjasama dengan stakeholders, serta sarana dan prasarana yang memadai. Faktor yang menghambat adalah kurangnya jiwa kewirausahaan dari SDM UMKM.
2	Edy Suandi Hamid dan Y. Sri Susilo (2011)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	Telaah literatur, wawancara, observasi langsung, dan pencatatan dokumen. Analisis data deskriptif kuantitatif secara cross sectional.	Masalah yang dihadapi UMKM di DIY adalah: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.
3	Robby Firmansyah, Ratih Nur Pratiwi, Riyanto (2014)	Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Madiun (Studi	Metode telaah literatur dan survei lapangan. Analisis deskriptif kualitatif	Strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun adalah: (1) Bantuan dana

		pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dan Sentra Industri Brem Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun)		atau permodalan (2) Pengembangan pemasaran melalui pameran dan kerjasama dengan supermarket atau toko oleh-oleh. (3) Pengembangan SDM melalui pembinaan dan pelatihan. (4) Pengaturan perizinan dan fungsi kelembagaan UMKM melalui akses perizinan.
--	--	---	--	---

Dengan demikian, meskipun di atas telah disebutkan adanya penelitian dengan tema yang serupa dengan penelitian yang peneliti lakukan, akan tetapi mengingat subjek, objek, dan tempat penelitian yang berbeda, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Strategi Pemerintah dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara.

## **1.6. Landasan Teori**

### **1.6.1. Model dan Dimensi Strategi Pemerintahan**

Dalam bukunya Suwarsono Muhammad menegaskan bahwa ada lima tokoh besar dalam strategi pemerintahan yaitu : John M. Bryson, Paul C. Nutt, Robert W. Backoff, Geoff Mulgan dan Mark H. Moore. Dimana lima tokoh tersebut memberikan pandangannya masing-masing terhadap strategi pemerintahan. Buku yang ditulis Bryson bisa disebut sebagai karya yang konservatif. Karya yang dihasilkan oleh Nutt dan Backoff

termasuk kategori klasik serta merupakan jembatan tradisional dari konservatif menuju progresif. Sementara itu dua nama terakhir boleh disebut sebagai pemikiran kontemporer dalam strategi pemerintahan.

Terdapat 4 model Strategi pemerintahan yang diuraikan oleh para ahli diatas, antara lain :

- a. Strategi Pemerintahan Model Bryson : Konservatif
- b. Strategi Pemerintahan Model Nutt dan Backoff : Klasik
- c. Strategi Pemerintahan Model Mulgan : Progresif
- d. Strategi Pemerintahan Model Moore : Proporsional

#### **1.6.1.1 Strategi Pemerintahan Model Mulgan : Progresif**

Karya Geoff Mulgan merupakan representasi yang pas atas paham yang menyatakan bahwa strategi publik berbeda secara signifikan dengan strategi perusahaan. Mulgan memberikan beberapa contoh diantaranya, penjara dan rumah sakit sama-sama membutuhkan pengelolaan berkualitas tetapi strategi untuk mengatasinya berbeda. Rincian strategi untuk menciptakan pekerjaan berbeda dengan strategi untuk mengurangi tingkat kriminalitas. Contoh lain, strategi yang diimpor perusahaan juga tidak bisa membantu memenangkan pertempuran militer, sekaligus bisa membantu dalam logistik dan pencarian personalia.

Organisasi publik memiliki konteks unik yang berbeda dengan perusahaan. Dari sisi kendala misalnya, organisasi publik perlu lebih memperhatikan opini publik. Organisasi publik juga mengenal betul apa yang disebut dengan faksi politik. Dari sisi penerimaan ada batasan

kemampuan pembayaran pajak. Dari sisi peluang, organisasi publik dalam batas-batas tertentu bisa dikatakan memiliki alat yang lebih variatif dan kadang-kadang memiliki kemampuan memaksa, misalnya melalui regualsi. Karena pandangannya yang tegas ini mengategorikan karya Mulgan sebagai Progresif.

Singkatnya model Mulgan disebut sebagai progresif karena berjalan menghindari terlalu jauh dari manajemen bisnis dan memberikan porsi yang amat besar pada elemen ilmu politik.

Menurut Suwarsono Muhammad (2012:74), Moore mulai membangun kerangka konsep tentang Mazhab Private Value (PV). Mazhab Private Value dimulai dengan terlebih dahulu memberikan makna baru peran manajer publik, kemudian menerjemahkannya dalam komponen yang lebih rinci. Sederhananya, manajer publik merupakan manajer strategi (strategists), bukan sekedar teknisi (technicians).

Suatu strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika secara sengaja organisasi mendesain strategi yang hendak meningkatkan status, kapasitas dan sumber daya yang pada ujungnya akan melahirkan postur organisasi baru yang berbeda dimasa depan. Organisasi sepenuhnya diletakkan dan dioperasikan dalam modal pengembangan. Sehingga dapat dikatakan Strategi pengembangan sesuai dengan strategi yang digunakan dalam penelitian ini.

Menurut Bryson dalam (Muhammad, 2012:86) , strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika strategi tersebut berusaha menciptakan

masa depan baru yang lebih baik. Pilihan pada strategi ini baru bisa dilaksanakan jika dukungan yang berasal dari lingkungan eksternal organisasi memadai. Sistem perencanaan formal (formal planning system) dapat digunakan untuk memberikan panduan dalam merancang jenis strategi ini.

Strategi pengembangan ditemukan pada Departement of Natural Resources (DNR) . DNR mendesain program-program baru, membangun fasilitas baru, membeli tanah baru untuk perluasan fasilitas. Pemimpin secara aktif mengkomunikasikan visi organisasi ke dalam ataupun keluar, setidaknya untuk meraih dukungan baik dalam organisasi, konstituen ataupun antar departement.

a. Integrasi ke depan

Integrasi ke depan berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau peritel. Semakin banyak pemasok yang menjalankan strategi integrasi ke depan contohnya dengan cara membangun situs web secara langsung menjual produk mereka kepada konsumen.

Cara yang efektif untuk menerapkan integrasi ke depan adalah pewaralabaan (franchising). Bisnis memanfaatkan pewaralabaan untuk mendistribusikan produk atau jasa mereka. Bisnis dapat melakukan ekspansi secara cepat melalui pewaralabaan karena biaya dan peluang yang muncul disebar dikalangan banyak individu.

Enam ciri-ciri integrasi ke depan dapat menjadi sebuah strategi yang efektif:

1. Ketika distributor organisasi saat ini menjadi sangat mahal, atau tidak dapat diandalkan, atau tidak mampu memenuhi kebutuhan distribusi perusahaan.
2. Ketika ketersediaan distributor yang berkualitas begitu terbatas untuk menawarkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan perusahaan yang melakukan integrasi ke depan.
3. Ketika sebuah organisasi berkompetisi di industri yang tengah tumbuh dan diharapkan akan terus berkembang pesat, ini, menjadi sebuah faktor karena integrasi ke depan mengurangi kemampuan organisasi untuk mendiversifikasi industri dasarnya.
4. Ketika sebuah organisasi memiliki baik modal maupun sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola bisnis baru pendistribusian produk-produknya sendiri.
5. Ketika keuntungan dari produksi yang stabil sangat tinggi, ini menjadi pertimbangan karena organisasi dapat meningkatkan kemampuan memprediksi permintaan untuk outputnya melalui integrasi ke depan.
6. Ketika distributor atau peritel yang ada saat ini memiliki margin laba yang tinggi, situasi ini menyiratkan bahwa sebuah perusahaan dapat mendistribusikan produknya sendiri secara



menguntungkan dan menetapkan harganya secara kompetitif melalui integrasi ke depan.

b. Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang adalah sebuah strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.

Tujuh ciri-ciri integrasi ke belakang dapat menjadi sebuah strategi yang efektif:

1. Ketika pemasok organisasi saat ini menjadi sangat mahal atau tidak dapat diandalkan atau tidak mampu memenuhi kebutuhan perusahaan akan onderdil, komponen, barang rakitan atau bahan mentah.
2. Ketika jumlah pemasok sedikit dan jumlah pesaing banyak.
3. Ketika industri bersaing di sebuah industri yang berkembang pesat, ini merupakan faktor karena strategi jenis integratif mengurangi kemampuan organisasi untuk melakukan diversifikasi di industri yang tengah mengalami kemerosotan.
4. Ketika organisasi memiliki baik modal maupun sumber daya manusia untuk mengelola bisnis pemasokan bahan mentahnya sendiri yang baru.
5. Ketika keuntungan dari harga yang stabil sangat penting, ini menjadi faktor karena organisasi dapat menstabilkan biaya bahan mentahnya dan biaya-biaya lain yang terkait dengan produknya melalui integrasi ke belakang.

6. Ketika pemasok saat ini memiliki margin laba yang tinggi, yang menunjukkan bahwa bisnis pemasokan produk atau jasa di suatu industri layak untuk dikembangkan.
7. Ketika organisasi perlu mengakuisisi atau memperoleh sumber daya yang dibutuhkannya secara cepat.

c. Integrasi horizontal

Integrasi horizontal mengacu pada strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing perusahaan. Salah satu tren paling signifikan dalam manajemen strategis adalah meningkatnya pemakaian integrasi horizontal sebagai strategi pertumbuhan. Dengan menggunakan merger, akuisisi, dan pengambilalihan (take over) di antara para pesaing memungkinkan peningkatan skala ekonomi serta mendorong transfer sumber daya dan kompetensi.

Lima ciri-ciri integrasi horizontal dapat menjadi sebuah strategi yang efektif:

1. Ketika organisasi dapat memperoleh karakteristik monopolistic di suatu wilayah atau kawasan tertentu tanpa bertentangan dengan aturan pemerintah yang melarang “penguasaan substansial” untuk menghambat persaingan.
2. Ketika organisasi bersaing di sebuah industri yang sedang berkembang.

3. Ketika meningkatnya skala ekonomi memberikan keunggulan kompetitif yang besar.
4. Ketika organisasi memiliki baik modal maupun sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola dengan baik organisasi yang berekspansi.
5. Ketika pesaing melemah karena kurangnya keterampilan manajerial atau kebutuhan sumber daya tertentu yang dimiliki sebuah organisasi.

d. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar. Penetrasi pasar meliputi penambahan jumlah tenaga penjualan, peningkatan pengeluaran untuk iklan, penawaran produk-produk promosi penjualan secara ekstensif atau pelipatgandaan upaya-upaya pemasaran.

Lima ciri-ciri penetrasi pasar dapat menjadi sebuah strategi yang efektif:

1. Ketika pasar saat ini belum jenuh dengan produk atau jasa tertentu.
2. Ketika tingkat pemakaian konsumen saat ini dapat dinaikkan secara signifikan.
3. Ketika pangsa pasar pesaing utama menurun sementara total penjualan industri meningkat.

4. Ketika korelasi antara pengeluaran penjualan euro dan pemasaran euro secara historis tinggi.
5. Ketika meningkatnya skala ekonomi memberikan keunggulan kompetitif yang besar.

e. Pengembangan pasar

Pengembangan pasar meliputi pengenalan produk atau jasa yang ada saat ini ke wilayah-wilayah geografis yang baru.

Enam ciri-ciri pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang efektif:

1. Ketika saluran-saluran distribusi baru yang tersedia dapat diandalkan, tidak mahal, dan berkualitas baik.
2. Ketika organisasi sangat berhasil dalam bisnis yang dijalankannya.
3. Ketika pasar baru yang belum dikembangkan dan belum jenuh muncul.
4. Ketika organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola perluasan operasi.
5. Ketika organisasi memiliki kapasitas produksi yang berlebih.
6. Ketika industri dasar organisasi dengan cepat berkembang menjadi global dalam cakupannya.

f. Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah sebuah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi

produk atau jasa yang ada saat ini. Pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan.

Lima ciri-ciri pengembangan produk dapat menjadi sebuah strategi yang efektif:

1. Ketika organisasi memiliki produk-produk berhasil yang berada di tahap kematangan dari siklus hidup produk, gagasannya disini adalah menarik konsumen yang terpuaskan untuk mencoba produk baru (yang lebih baik) sebagai hasil dari pengalaman positif mereka dengan produk atau jasa organisasi saat ini.
  2. Ketika organisasi berkompetisi di industri yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat.
  3. Ketika pesaing utama menawarkan produk berkualitas lebih baik dengan harga bagus.
  4. Ketika organisasi bersaing dalam industri dengan tingkat pertumbuhan tinggi.
  5. Ketika organisasi memiliki kapabilitas penelitian dan pengembangan yang sangat kuat
- g. Diversifikasi

Diversifikasi terkait ketika rantai nilai bisnis memiliki kesesuaian strategis lintas bisnis yang bernilai secara kompetitif.

Enam ciri-ciri diversifikasi terkait dapat menjadi sebuah strategi yang efektif:

1. Ketika organisasi berkompetisi di sebuah industri yang tidak mengalami pertumbuhan atau yang pertumbuhannya lambat.
2. Ketika menambah produk yang baru namun terkait akan secara signifikan mendongkrak penjualan produk saat ini.
3. Ketika produk yang baru namun terkait dapat ditawarkan dengan harga yang sangat bersaing.
4. Ketika produk yang baru namun terkait memiliki tingkat penjualan musiman yang dapat mengimbangi puncak dan jurang penjualan yang ada saat ini di perusahaan.
5. Ketika produk organisasi yang ada saat ini sedang dalam tahap penurunan dari siklus hidup produk.
6. Ketika organisasi memiliki tim manajemen yang kuat

#### **1.6.2. Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM**

Menurut Miftah Thoha (2003:80), peranan merupakan serangkaian perilaku yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Penghargaan semacam itu merupakan suatu norma yang dapat mengakibatkan terjadinya suatu peranan. Dalam bahasa organisasi, peranan diperoleh dari uraian jabatan. Adapun uraian jabatan itu merupakan dokumen tertulis yang memuat persyaratan-persyaratan dan tanggung jawab atas suatu pekerjaan. Karena hakikatnya peranan itu merupakan perwujudan interaksi antara orang-orang dalam organisasi. Dengan demikian banyak yang bisa

dilakukan olehnya untuk merencanakan intervensi ke arah perubahan, perbaikan dan penyempurnaan organisasi.

Menurut Riawan (2005:197), Pemerintah (government) ditinjau dari pengertiannya adalah *the authoritative direction and administration of the affairs of men/women in a nation state, city, ect.* Dalam bahasa Indonesia sebagai pengarah dan administrasi yang berwenang atas kegiatan masyarakat dalam sebuah negara, kota dan sebagainya. Pemerintahan dapat juga diartikan sebagai *the governing body of a nation, state, city, etc* yaitu lembaga atau badan yang menyelenggarakan pemerintahan Negara, Negara bagian, atau kota dan sebagainya. Pengertian pemerintah dilihat dari sifatnya yaitu pemerintah dalam arti luas meliputi seluruh kekuasaan yaitu kekuasaan legislatif, kekuasaan eksekutif, dan kekuasaan yudikatif. Sedangkan pemerintah dalam arti sempit hanya meliputi cabang kekuasaan eksekutif saja.

Menurut Gede Diva (2009:15-18), dalam pengembangan UMKM peranan pemerintah yang efektif dan optimal diwujudkan sebagai fasilitator, regulator dan katalisator:

a. Peran pemerintah sebagai fasilitator

Sebagai fasilitator, pemerintah memiliki peran dalam memfasilitasi UMKM untuk mencapai tujuan pengembangan usaha yang dimiliki oleh UMKM. Jika UMKM mempunyai kelemahan di bidang produksi, tugas fasilitator adalah memberikan kemampuan

UMKM dengan berbagai cara, misalnya dengan memberikan pelatihan. Demikian pula jika UMKM lemah dalam hal pendanaan, tugas fasilitator adalah membantu mencari jalan keluar agar UMKM mampu mendapat pendanaan yang dibutuhkan, tetapi harus dilakukan secara hati-hati agar posisi UMKM menjadi tidak tergantung. Dalam konteks fasilitasi tersebut pemerintah dapat berupa, *pertama*, pemberian sesuatu baik yang berupa uang atau subsidi barang atau jasa. *Kedua*, keistimewaan, baik yang berupa keringanan atau kekuatan dalam waktu lintas hukum. *Ketiga*, kebijaksanaan yang tersendiri. Fasilitas yang diberikan oleh pemerintah tersebut dapat terjadi tergantung pada bagaimana pemerintah memandang keberadaan UMKM yang akan diberi fasilitas, *pertama*, pemerintah antipati atau tidak senang terhadap keberadaan UMKM. *Kedua*, pemerintah apatis atau tidak mau tahu terhadap perkembangan UMKM. *Ketiga*, pemerintah netral yang berarti pemerintah memberlakukan UMKM sama dengan badan usaha lainnya, tidak ada aturan khusus bagi UMKM. UMKM harus bersaing dengan badan usaha lain. *Keempat*, pemerintah simpati dengan melakukan pembinaan terhadap UMKM atau dorongan motivasi perlindungan terhadap UMKM pada pembuatan aturan.

b. Peran pemerintah sebagai regulator

Peran pemerintah sebagai regulator adalah membuat kebijakan-kebijakan sehingga mempermudah usaha UMKM dalam



mengembangkan usahanya. Sebagai regulator, pemerintah berfungsi untuk menjaga kondisi lingkungan usaha tetap kondusif untuk melakukan investasi yang dilakukan dengan mengatur Suku Bunga Bank Indonesia (SBI) dan membuat kebijakan tentang aturan-aturan persaingan usaha. Pemerintah adalah pihak yang mampu menerapkan aturan agar kehidupan dapat berjalan baik dan dinamis. Dalam melaksanakan fungsi regulator, pemerintah membagi wewenang pembuatan kebijakan menjadi dua yakni wewenang pemerintah pusat dan wewenang pemerintah daerah. Seperti halnya fungsi pemerintah pusat, pemda juga mempunyai fungsi pengaturan terhadap masyarakat yang ada di daerahnya.

c. Peran pemerintah sebagai katalisator

Secara harfiah katalisator adalah zat yang ditambahkan ke dalam suatu reaksi dengan maksud memperbesar kecepatan reaksi. Berdasarkan hal tersebut, peran pemerintah daerah sebagai katalisator pengembangan UMKM adalah mempercepat proses berkembangnya UMKM menjadi fast moving enterprise. Fast moving enterprise merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar. Untuk mencapai perkembangan fast moving enterprise, seperti halnya sebuah katalis, pemerintah daerah terkadang ikut terlibat dalam proses tersebut namun tidak terlibat dalam mengatur keseluruhan proses perubahannya. Keterlibatan pemerintah daerah

dalam keseluruhan proses perubahannya tidak boleh dilakukan karena keterlibatan peran pemerintah terlalu banyak dalam kegiatan perekonomian akan menyebabkan perekonomian menjadi tidak efisien lagi sebab pasar tidak dapat bergerak lagi secara alami. Untuk dapat menjalankan perannya sebagai katalisator, pemerintah melakukan berbagai langkah seperti pemberdayaan komunitas kreatif untuk produktif bukan konsumtif, penghargaan terhadap UMKM, prasarana intelektual bagi UMKM (perlindungan hak kekayaan intelektual) dan permodalan termasuk modal ventura atau modal bergulir.

## **1.7. Definisi Konsep**

### **1.7.1. Konsep Mengenai Strategi Pemerintah**

Perumusan strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara sebagaimana yang diatur oleh Perda no 19 tahun 2012 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jepara bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Di tahun 2017, Pemerintah Kabupaten Jepara lebih fokus kepada sektor industri pengolahan mengingat jumlah UMKM yang masuk kategori ini meningkat drastis dari 20.991 unit usaha menjadi 25.488 unit usaha. Banyaknya usaha baru yang belum memenuhi standar produksi dan perizinan perlu perhatian khusus dari Pemerintah Kabupaten Jepara. Tuntutan globalisasi turut serta menjadi alasan

Pemerintah Kabupaten Jepara untuk memprioritaskan industri pengolahan. Perkembangan teknologi dan percepatan informasi melalui internet mewajibkan UMKM untuk mengikuti arus tersebut.

### **1.7.2. Konsep Mengenai Pengembangan UMKM**

Dalam Strategi Pengembangan UMKM diarahkan untuk mewujudkan UMKM sebagai kelembagaan ekonomi kerakyatan, permasalahan yang terjadi di sektor industri pengolahan pada dasarnya hampir sama dengan sektor-sektor lain, seperti masalah modal, manajemen, perizinan, pemasaran dan teknologi. Program-program dari Pemerintah Kabupaten Jepara yang dilakukan dalam pengembangan UMKM sendiri adalah bekerjasama dengan Dinas lain dan dengan pihak ketiga. Kerjasama dengan Dinas lain yaitu Dinas Kesehatan dalam hal sosialisasi Perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) untuk UMKM baru. Serta kerjasama dengan pihak ketiga, salah satunya dengan pihak Bank terkait sosialisasi pinjaman modal atau Kredit Usaha Rakyat (KUR). Akan tetapi dengan terbatasnya anggaran, program-program yang dilakukan belum maksimal karena banyaknya jumlah UMKM yang tersebar di Kabupaten Jepara.

## **1.8. Metode Penelitian**

### **1.8.1. Desain Penelitian**

Penelitian kualitatif ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami

fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau melukiskan apa yang sedang diteliti dan berusaha untuk memberikan gambaran yang jelas dan mendalam tentang apa yang sedang diteliti dan menjadi pokok permasalahan.

### **1.8.2. Situs dan Jangka Penelitian**

Dalam Penelitian ini, yang menjadi fokus penelitian adalah tentang Strategi Pemerintah dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara. Sedangkan situs dari penelitian ini adalah Kantor Dinas Koperasi UKM Tenagakerja dan Transmigrasi Kab. Jepara, Jl. Pesajen-Demaan, Jepara. Hal ini dimaksudkan untuk mempersempit ruang lingkup pembahasan dan tujuan dari penelitian itu sendiri dapat tercapai secara komprehensif.

Data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah data dari bulan januari tahun 2016 sampai bulan desember tahun 2018. Alasan pemilihan periode waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan sesuai dengan pelaksanaan Renstra Dinas Koperasi UKM Tenagakerja dan Transmigrasi Kabupaten Jepara Tahun 2017-2022. Data di tahun 2016 sebagai dasar acuan untuk menilai efektivitas strategi kebijakan Pemerintah Kabupaten Jepara dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara.

### **1.8.3. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah Kepala Dinas Koperasi UKM Tenagakerja dan Transmigrasi dan staff-staff yang memiliki kepentingan dalam Strategi Pemerintah dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara, serta ketua kelompok UMKM sektor Industri Pengolahan.

### **1.8.4. Jenis Data**

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian dalam definisi ini adalah bahwa peneliti haruslah tertarik pada proses, pemaknaan dan pemahaman yang kemudian dijabarkan dalam bentuk kata dan gambar. Penulis memilih jenis penelitian deskriptif karena penulis ingin menggambarkan secara detail dan menginterpretasikan data atau gejala yang diperoleh selama penelitian berlangsung.

### **1.8.5. Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat penelitian data langsung pada subyek sebagai informasi yang dicari. Melalui wawancara dengan informan subyek penelitian. Informan subyek penelitian adalah Bapak Drs. Trisno Santosa sebagai Kepala Dinas, M.Si, Ibu Dra. Ririen Hariyanti sebagai Kepala Bidang UKM, MM, Bapak Budi Sumartopo sebagai Kasi Pemasaran dan Jaringan Usaha, Bapak Rasuka, SH. MM. sebagai

Kasi Perlindungan dan Pendampingan Usaha, Bapak Noor Kholiq pemilik dari Sanjaya Snack and Bakery, dan Bapak Gunawan pemilik usaha yaitu Makaroni Macan. Bapak Noor Kholiq selain menjadi pelaku UMKM juga menjabat sebagai Ketua dari ASEPA

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain tidak langsung yang diperoleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data sekunder yang peneliti peroleh dari peneliti yang telah dilakukan yaitu: Dokumen atau arsip dari Dinas Koperasi UKM Tenagakerja dan Transmigrasi. Data sekunder lain yaitu berupa foto-foto yang peneliti hasilkan sendiri dengan kamera digital.

### **1.8.6. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam mengumpulkan data-data, penyusun akan menggunakan beberapa teknik, yaitu:

a. Wawancara mendalam (indepth interview)

Menurut Soehartono (2002:67), wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden oleh peneliti atau pewawancara dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam. Wawancara merupakan komunikasi atau percakapan tanya jawab dengan maksud memperoleh data-data atau informasi tertentu. Dalam hal ini hasil dari wawancara tersebut akan digunakan sebagai keterangan atau informasi penyusun penelitian. Indepth Interview dilakukan secara tatapmuka (face to face) antara peneliti dan

informan dengan melakukan tanya jawab. Dalam penelitian ini peneliti memilih pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan Strategi Pemerintah dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara yaitu Kepala Dinas Koperasi UKM Tenagakerja dan Transmigrasi serta staff-staff yang terlibat dengan Strategi Pemerintah tersebut, serta pelaku UMKM sektor Industri Pengolahan.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode ini adalah dengan menelaah referensi-referensi yang berkaitan dengan fokus masalah. Referensi tersebut meliputi dokumen resmi, dokumen pribadi, laporan-laporan, foto-foto, berita media massa, dan studi literature lain yang dapat membantu peneliti untuk menguji, menafsirkan, bahkan meramalkan jawaban dari fokus permasalahan yang diteliti.

### **1.8.7. Analisis dan Interpretasi Data**

Analisa data merupakan proses penyerdehanaan data ke dalam bentuk yang mempermudah pemahaman dan penginterpretasikan. Di dalam menganalisa data, penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif, yakni analisa data yang cara kerjanya mengumpulkan data non statistik dan untuk kemudian data-data yang sudah terkumpul dirumuskan menjadi kalimat-kalimat yang terekam di dalam catatan. Analisa dilakukan dengan menguraikan secara logis informasi-informasi yang didapatkan.