

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN  
MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN  
PEREKONOMIAN MASYARAKAT  
(Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Bima)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Sarjana Strata Satu  
(S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram



**OLEH :**

**TITAH UTARI PRATIWI**  
**NIM : 2019B1C114**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
TAHUN 2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN  
MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN  
PEREKONOMIAN MASYARAKAT  
(Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Bima)**

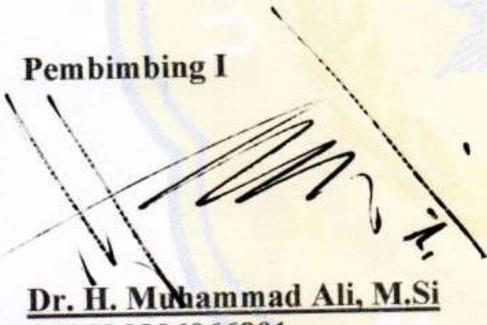
**OLEH:**

**TITAH UTARI PRATIWI**  
**NIM : 2019B1C114**

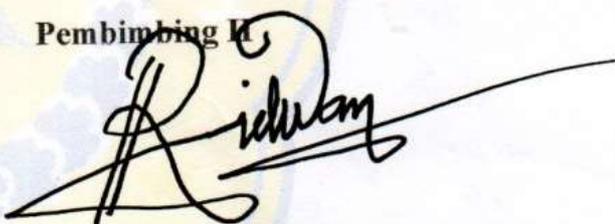
Skripsi ini telah memenuhi syarat dan disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang ujian skripsi pada :

**Telah Mendapat Persetujuan Pada Tanggal, 09 Januari 2024**

**Pembimbing I**

  
**Dr. H. Muhammad Ali, M.Si**  
**NIDN 0806066801**

**Pembimbing II**

  
**Ridwan, S.IP., MM**  
**NIDN 0808119103**

**Mengetahui,  
Ketua**

**Program Studi Administrasi Bisnis**

  
**Nalf Huda Maniza, S.Sos, MM**  
**NIDN 0828108404**

## LEMBAR PENGESAHAN

### STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Bima)

Oleh;

**TITAH UTARI PRATIWI**  
NIM : 2019B1C114

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 02 Februari 2024  
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

#### Tim Penguji

1. Dr. H. Muhammad Ali, M.Si  
NIDN. 0806066801

(.....)  
Ketua

2. Ridwan, S.IP., MM  
NIDN. 0808119103

(.....)  
Anggota I

3. Selva, M.Sc  
NIDN. 0811118601

(.....)  
Anggota II

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

  
Dr. H. Muhammad Ali, M.Si  
NIDN. 0806066801

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM maupun di Perguruan Tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata didalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh ( SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Mataram, 13 Maret 2024



**TITAH UTARI PRATIWI**  
**NIM : 2019B1C114**



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : TITAH UTARI PRATINI  
 NIM : 2019B1C119  
 Tempat/Tgl Lahir : BIMA - 05 - 09 - 2001  
 Program Studi : ADM. BISNIS  
 Fakultas : FSISIPOL  
 No. Hp : 085 333 832 013  
 Email : titahmuhirin345@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis\* saya yang berjudul :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN PEKERONOMIAN MASYARAKAT (Studi Pada dinas koperasi dan umkm kabupaten bima)

**Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 33%**

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis\* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 23-Februari - ..... 2024  
Penulis



TITAH UTARI PRATINI  
NIM. 2019B1C119

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904

\*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : TITAH UTARI PRATIWI  
 NIM : 2019B1C119  
 Tempat/Tgl Lahir : BIMA 05-09-2001  
 Program Studi : ADM. BISNIS  
 Fakultas : FISIPOL  
 No. Hp/Email : 085 333 832 013  
 Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI  Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT (studi pada dinas koperasi dan umkm kabupaten bima)

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 23-Februari-2024  
Penulis

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



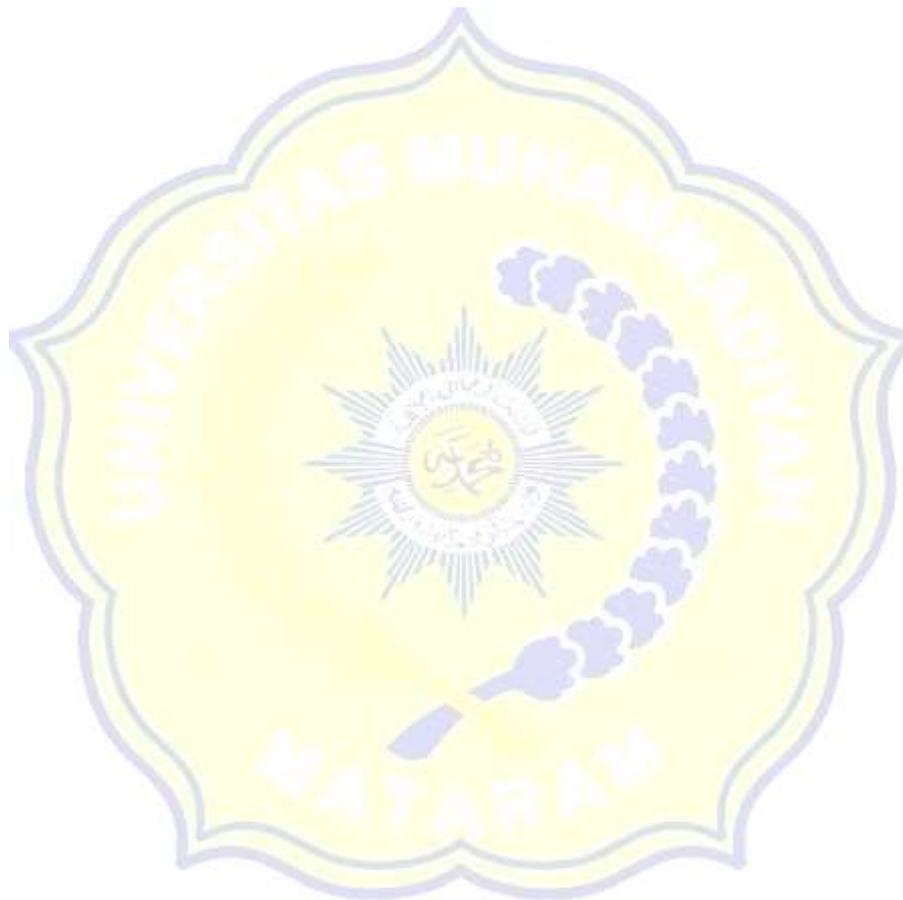
TITAH UTARI PRATIWI  
NIM. 2019B1C119

Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904

## **MOTTO**

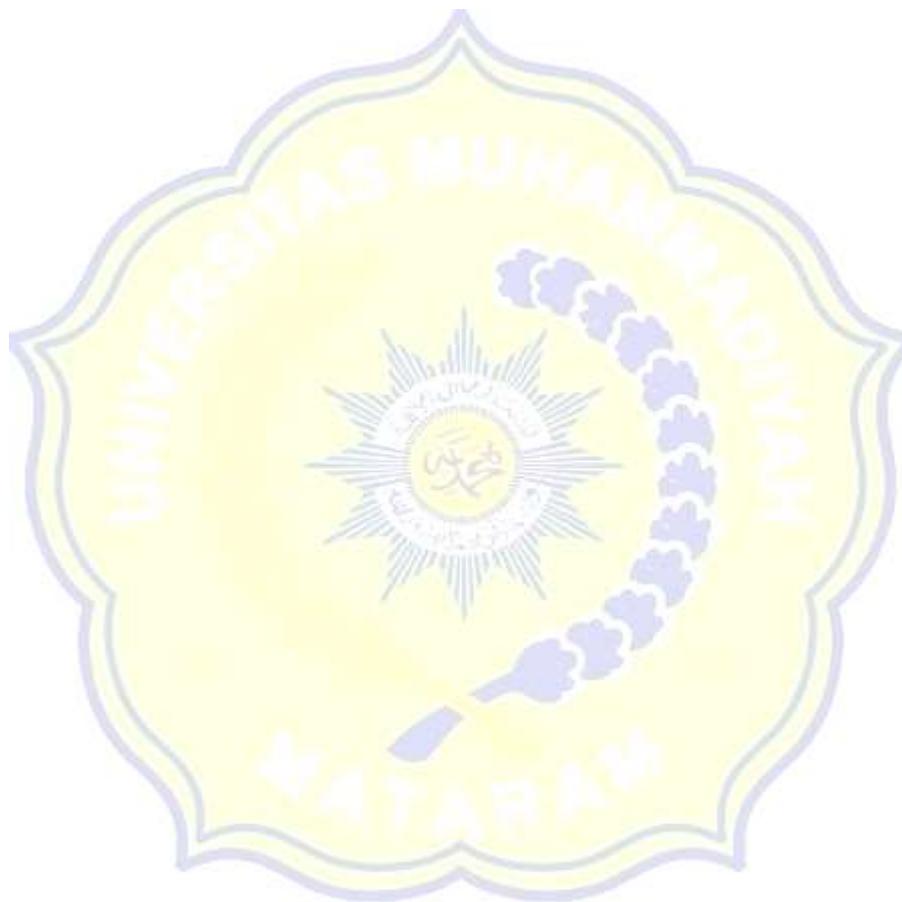
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.maka apabila kamu telah selesai(dari suatu urusan),kerjakanlah dengan sungguh-sungguh

(Q.S Al Insyirah: 6-7)



## **PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang tanpa lelah dengan penuh kasih sayang memanjatkan doa yang luar biasa untuk anaknya serta memberikan dukungan baik moral maupun materi. Terimakasih atas pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik saya.



## UCAPAN TERIMAKASIH

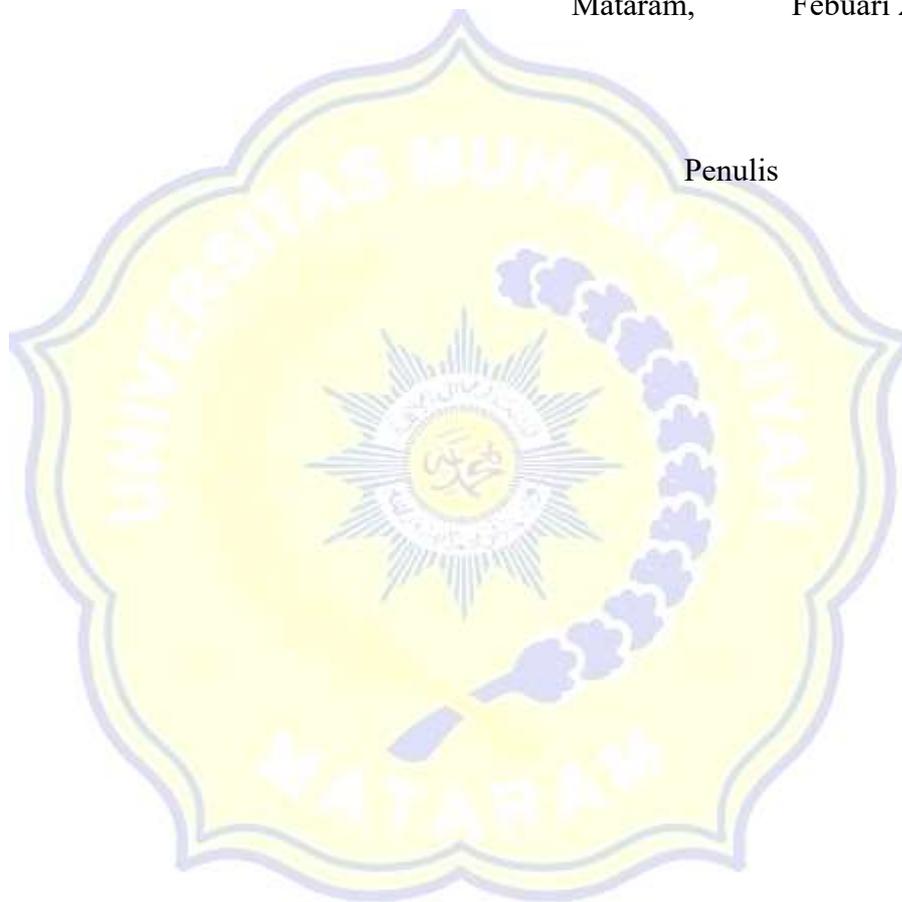
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, MA.Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram dan jajarannya.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Dr. Rossi Maunofa Widayat, S.IP., M.A. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Amin saleh, S.Sos., M.I.Kom.Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Bapak Lalu Hendra Maniza,S.Sos.,MM Selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Ibu Selva S.E.,Msc. Selaku Sekertaris Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
7. Bapak Dr.H.Muhammad Ali, M.Si. selaku dosen pembimbing utama, yang telah meluangkan wak mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta, Ayahnda Muhrin S.pd dan Ibunda Halima. Terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima Kasih atas nasihat yang selalu diberikan.
9. Kepada diri sendiri Titah Utari Pratiwi yang telah mau dan bertahan, semangat, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Kamu keren dan hebat, Titah Utari Pratiwi
10. Kepada kakaku tersayang iyan lestari yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

11. Sahabat-sahabat penulis ani, hijria, dan nadra, Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.
12. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang dengan tulus dan ikhlas memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Mataram,           Febuari 2024

Penulis



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat dan juga salam senantiasa tercurah kepada Junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Semoga kebahagiaan selalu tercurah untuk kedua orang tua penulis, ayahanda Muhrin dan Ibunda tercinta Halima yang telah memberikan doa yang tiada henti, bantuan, semangat, dan kerja keras yang tiada batas untuk membiayai pendidikan saya. Semoga ini bisa sedikit membahagiakan kalian. Terima kasih atas kasih sayang yang sudah diberikan sampai saat ini.

Ucapan terimakasih saya sampaikan pula kepada Bapak Dr.H. Muhammad Ali,M.Si. selaku Pembimbing Ketua dan Bapak Ridwan S.IP.,MM sebagai Pembimbing Pendamping, atas waktu yang diberikan untuk bimbingan, masukan dan dorongan yang diberikan dengan penuh kesabaran.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Namun demikian, merupakan harapan besar bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi suatu karya yang bermanfaat.

Mataram, 30 April 2023

Penulis

TITAH UTARI PRATIWI

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN  
MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN  
MASYARAKAT  
(Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Bima)**

Oleh:

TITAH UTARI PRATWI

2019B1C114

**ABSTRAK**

Dinas Koperasi dan UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Pengembangan strategi yang terintegrasi, sistematis, dan berkelanjutan perlu dilakukan. UMKM di desa memiliki potensi masa depan yang baik dengan manfaat seperti penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan. UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional dan daerah, seperti membuka lapangan pekerjaan, menyumbang nilai produk domestik bruto, dan menjadi solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, UMKM di Kabupaten Bima memiliki jumlah yang banyak dan merupakan pondasi perekonomian. Namun, masih terdapat kendala seperti keterbatasan modal dan pemasaran yang perlu diatasi melalui kerja sama antara pemerintah dan pemilik usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang terintegrasi, sistematis, dan berkelanjutan untuk meningkatkan kinerja UMKM dan perekonomian masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Dinas Koperasi dan UMKM. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor penghambat dalam pengembangan UMKM tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan strategi pengembangan UMKM di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bima. Data yang diperoleh berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari individu dan perilaku yang diamati. Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan UMKM di Dinas Koperasi Kabupaten Bima meliputi perbaharuan produk, penetrasi pasar, mempertahankan kualitas produk, dan inovasi. Faktor penghambatnya adalah terbatasnya modal dan pasar yang terbatas untuk produk UMKM Kabupaten Bima.

Kata kunci: *Dinas Koperasi dan UMKM, Strategi Pengembangan, UMKM Kabupaten BIMA*

**BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY FOR MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) TO ENHANCE COMMUNITY ECONOMY**

*(A Case Study on the Cooperative and MSME Agency of Bima District)*

**ABSTRACT**

*An important factor in the development of the national economy is the Cooperative and MSME Agency. Strategies for sustainable, methodical, and integrated development are crucial. MSMEs in rural areas have a bright future ahead of them, helping to increase revenue and create jobs. By creating jobs, boosting the GDP, and offering practical solutions to the financial difficulties small and medium-sized communities experience, MSMEs are vital to the growth of the national and regional economies. According to the researcher's findings, MSMEs are the backbone of the local economy in Bima District due to their substantial quantity. But problems like low funding and marketing still exist, necessitating cooperation between the state and entrepreneurs. Therefore, to improve the performance of MSMEs and the community economy, coordinated, methodical, and sustainable development strategies are required. Examining MSMEs' development tactics in order to strengthen the local economy at the Cooperative and MSME Agency is the goal of the study. This study also attempts to determine the reasons that prevent these MSMEs from developing. To illustrate the development methods of MSMEs in the Cooperative and MSME Agency of Bima District, a qualitative descriptive methodology is utilized. Therefore, to improve the performance of MSMEs and the community economy, coordinated, methodical, and sustainable development strategies are required. Examining MSMEs' development tactics in order to strengthen the local economy at the Cooperative and MSME Agency is the goal of the study. This study also attempts to determine the reasons that prevent these MSMEs from developing. To illustrate the development methods of MSMEs in the Cooperative and MSME Agency of Bima District, a qualitative descriptive methodology is utilized.*

**Keywords:** Cooperative and MSME Agency, Development Strategy, Bima District MSMEs

**MENGESAHKAN**  
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA  
MATARAM

**KEPALA**  
**UPT P3B**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS ILMIAH.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTO HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1. Strategi Pengembangan .....	13
2.2.2. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah .....	21

2.2.3 Perekonomian Masyarakat.....	25
2.3. Kerangka Berpikir .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Lokasi Dan Waktu Pnelitian .....	32
3.3 Informan Penelitian .....	33
3.4 Jenis Dan Sumber Data .....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.7 Keabsahan Data.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1. Profil .....	40
4.1.2. Visi .....	41
4.1.3. Misi .....	41
4.2 Hasil Penelitian .....	42
4.3 Pembahasan.....	55
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam rangka penyelenggaraan pemerintah daerah sesuai dengan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1995, menurut pemerintah daerah untuk dapat mengatur serta mengurus sendiri urusan pemerintah masing-masing menurut asas otonom dan tugas pembantuan. selain itu pemerintah daerah di arahkan untuk dapat mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan, pelayanan, pembedayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah, dengan perhatian daya saing demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan, dan kekhususan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Indonesia (Karsidi, 2007).

Dari itu sesuai dengan Pasal 33 Ayat 1 UUD 1945 bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan. Hal ini di tegaskan lagi dalam penjelasan Pasal 33, yaitu kemakmuran masyarakatlah yang utamakan, bukan kemakmuran orang-orang. Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan, dalam pengembangannya konsep dalam strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang memiliki pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi, strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk mencapai visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk mencapai sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek atau tujuan jangka panjang. (Abduh, 2017).

Menurut David (2011:18-19), strategi merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis melibatkan ekspansi wilayah, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, konsolidasi, divestasi, likuidasi, dan kemitraan usaha. Strategi merupakan langkah-langkah yang memerlukan keputusan dari para manajer puncak dan pengalokasian sumber daya perusahaan yang signifikan. Strategi adalah upaya atau langkah yang diambil oleh individu atau organisasi untuk mencapai sasaran atau target yang telah ditentukan.

Dalam kehidupan ekonomi nasional, Dinas Koperasi dan UMKM adalah perwakilan dari masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, dibutuhkan penekanan yang kuat dalam upaya membangun negara. Untuk itu, diperlukan perencanaan strategis yang terintegrasi, terstruktur, dan berkelanjutan untuk mengembangkan koperasi dan UMKM di Indonesia. Koperasi adalah sebuah tempat di mana orang-orang yang aktif dalam perekonomian dapat berkumpul, dan terbuka bagi para anggotanya. Tujuan utama koperasi adalah untuk melindungi kepentingan anggotanya, sehingga koperasi dapat tumbuh dan berkembang atas dasar motivasi dari para anggotanya. Kegiatan-kegiatan di dalam koperasi diatur dan dipimpin oleh seorang pimpinan yang memiliki wewenang untuk mengawasi anggota-anggota kelompok.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan baik secara individu maupun bersama-sama. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam upaya memajukan perekonomian Indonesia secara keseluruhan. Selain itu, pertumbuhan ekonomi juga berdampak pada

peningkatan tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di pedesaan dianggap memiliki potensi yang cerah ke depannya. Manfaat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bagi perekonomian negara termasuk: menciptakan kesempatan kerja, berkontribusi secara signifikan terhadap produk domestik bruto, serta menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi masalah ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat kelas menengah ke bawah. Manfaat UMKM di pedesaan bagi perekonomian daerah termasuk peningkatan pendapatan, pemberdayaan masyarakat terutama perempuan, pengalaman berwirausaha, pengurangan angka pengangguran, memperkuat hubungan sosial, pengembangan potensi masyarakat, perkembangan usaha yang sudah ada sebelumnya, serta semangat untuk maju dan lain sebagainya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar dalam menggerakkan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, pengembangan sektor UMKM sangat penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

**Tabel 1.1**  
**BPS Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Bima Tahun 2022**

No.	Kecamatan	Klasifikasi Usaha			Jumlah
		Mikro	Kecil	Menengah	
1.	Monta	13	14	12	39
2.	Parado	14	18	11	43
3.	Bolo	34	34	33	101
4.	Mada Pangga	17	17	16	50
5.	Woha	86	84	85	255
6.	Belo	11	10	9	30
7.	Palibelo	16	16	10	42
8.	Wowo	10	16	6	32
9.	Langgudu	12	19	18	49
10.	Lambitu	11	11	7	29
11.	Sape	25	26	24	75
12.	Lambu	21	21	19	61

13.	Wera	12	16	6	34
14.	Ambalawi	13	18	8	39
15.	Donggo	11	13	5	29
16.	Soromand	10	14	7	31
17.	Sanggar	12	15	5	32
18.	Tambora	23	28	15	66
<b>Jumlah</b>		<b>351</b>	<b>390</b>	<b>296</b>	<b>1037</b>

Sumber: BPS Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bima

Dari informasi yang disajikan, terlihat bahwa jumlah dan ukuran usaha UMKM di Kabupaten Bima pada tahun 2022 mencapai tingkat yang sangat tinggi secara total. Dalam upaya untuk mengembangkan perekonomian, terdapat 390 unit usaha kecil, 351 unit usaha mikro, dan 296 unit usaha menengah di Kabupaten Bima. Jumlah total keseluruhan usaha di wilayah tersebut mencapai 1037 unit. Dengan semakin bertambahnya bisnis skala kecil dan menengah, permintaan akan tenaga kerja semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh kesulitan mendapatkan pekerjaan tetap dan menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di zaman sekarang.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di daerah Kabupaten Bima berperan sebagai landasan yang kuat bagi perekonomian. Sampai sekarang, masih ada banyak pengusaha kecil dan menengah yang terus bertahan dengan bisnis mereka. Mayoritas area di Kabupaten Bima memiliki produk khas yang membedakannya, baik itu dari segi kuliner, kerajinan tangan, fashion, dan lain-lain. Begitu juga di beberapa daerah, UMKM di sektor kuliner contohnya mampu menghasilkan produk seperti ikan laut panggang di Ina Sei (Wera), panggang ikan taman panda (Panda), dan jajan khas Bima (pangaha bunga sila). Di sektor kerajinan, sarung tradisional Bima (tembe nggoli) dapat ditemukan di berbagai wilayah seperti Sila, Wera, Wawo, Sape, dan sebagainya. Tantangan umum yang sering dihadapi

UMKM adalah terbatasnya modal kerja dan investasi, kesulitan dalam pemasaran, distribusi, dan pengadaan bahan baku, akses terbatas terhadap informasi pasar, keterbatasan tenaga kerja berkeahlian tinggi, biaya transportasi dan energi tinggi, hambatan komunikasi, biaya tinggi akibat prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks terutama dalam pengurusan izin usaha, serta ketidakpastian akibat peraturan dan kebijakan ekonomi yang tidak jelas dan tidak menentu arahnya (Tambunan, Tulus, 2012: 41).

Untuk menyelesaikan masalah tersebut, diperlukan kolaborasi antara pemerintah dan para pengusaha. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkembang karena mereka mengasah ide-ide dan konsep yang mereka miliki, serta kreativitas yang dimiliki. Selain itu, untuk mengatasi kekurangan modal kerja atau dengan kata lain untuk mendapatkan sirkulasi modal, dapat dilakukan dengan menciptakan produk-produk yang kreatif dan inovatif dimana produk inovatif ini dapat menghasilkan produk-produk yang baru sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau menarik bagi konsumen. Inovasi produk juga bisa menciptakan tambahan nilai atau dianggap sebagai sesuatu yang berharga, di mana pertumbuhan UMKM yang kreatif dan inovatif bisa meningkatkan pendapatan UMKM serta kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah berusaha menciptakan program kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM, terutama dalam hal permodalan, sebagai upaya mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Pada dekade 1970-an, pemerintah memperkenalkan program pinjaman yang mendapat subsidi (Program KIK/KMKP). Pada era 1980-an, pemerintah meluncurkan program Kredit Usaha

Kecil (KUK) untuk menggantikan Program KIK/KMKP. Program ini menjadi program utama dalam pendistribusian kredit kepada usaha kecil, dimana bank komersil diharuskan untuk menyalurkan minimal 20% dari pinjaman mereka ke sektor UMKM. Pada tahun 1992, program Bapak Angkat Mitra Usaha-Bapak Angkat, Anak Angkat diluncurkan. Program ini menuntut upaya yang besar (baik dari sektor swasta maupun BUMN) untuk mendukung usaha kecil di berbagai sektor, mulai dari pembiayaan, pemasaran, hingga pelatihan manajerial. Sejak awal tahun 2000, pemerintah telah memperkenalkan program Kredit Usaha Rakyat (KUR), yang bertujuan untuk memberikan pendanaan kepada usaha kecil dan koperasi. Program ini terus berlanjut hingga saat ini. Harefa (2015) menulis bahwa dalam penelitiannya, ia menemukan bahwa persepsi masyarakat terhadap lingkungan sangat dipengaruhi oleh pendidikan dan tingkat kesadaran lingkungan. Menurutnya, semakin tinggi pendidikan seseorang dan semakin tinggi tingkat kesadarannya terhadap lingkungan, maka akan semakin positif pula persepsi mereka terhadap lingkungan. Harefa juga menyoroti pentingnya peran lembaga pendidikan dalam meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat. Menurutnya, lembaga pendidikan memiliki tanggung jawab untuk memberikan pemahaman dan edukasi lingkungan kepada siswa agar mereka dapat menjadi agen perubahan yang peduli terhadap lingkungan. Harefa juga menekankan perlunya kerjasama antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan masyarakat dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan. Menurutnya, kolaborasi yang baik antara ketiga pihak tersebut akan membawa dampak positif dalam menjaga keberlanjutan lingkungan.

Salah satu jenis industri kecil dan menengah di Desa Sila Kabupaten Bima adalah produksi kain tenun tembe nggoli (sarung nggoli) yang merupakan produk khas dari masyarakat Dou Mbojo (orang Bima). Industri ini merupakan unit usaha yang mandiri, yang dijalankan oleh individu atau badan usaha swasta. Penun tembe nggoli atau disebut juga sarung nggoli adalah hasil karya dari para pengrajin rumahan di Desa Sila, Kabupaten Bima, yang menciptakan produk yang memiliki nilai kebudayaan. Produk utamanya adalah pembuatan tembe nggoli (kain sarung dengan berbagai motif. Barang-barang itu diproduksi dari bahan serat kapas atau kain katun. Dari alasan pembuatannya terlihat beragam produk uniknya yang tetap menghormati nilai-nilai budaya. Selain dikenalkan kepada warga desa dan kecamatan lain di sekitarnya, sarung nggoli juga diperkenalkan dan dipasarkan melalui acara rutin dan festival yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah Kabupaten Bima atau Kota Bima, seperti perayaan ulang tahun Bima, perlombaan perahu, balapan kuda, dan berbagai kompetisi lain yang diadakan oleh dinas pariwisata Kabupaten atau Kota Bima. Melihat hasil karya lokal yang kreatif dari tembe nggoli Bima sungguh menarik, produk ini bisa dianggap sebagai upaya untuk melestarikan budaya. Usaha ini memiliki potensi yang besar untuk terus tumbuh dengan terus menciptakan inovasi dan kreasi baru.

Pengembangan dan pemasaran sarung nggoli bima di Desa Sila Kecamatan Bolo Kabupaten Bima masih belum optimal karena kurangnya pengetahuan para pelaku usaha dalam memasarkan produk, serta kurangnya tempat atau lembaga mitra dagang baik di dalam maupun di luar desa Tawali yang dapat bekerja sama. Pemerintah daerah Kabupaten Bima perlu turut serta berperan

aktif dalam mendukung pemasaran produk-produk lokal yang memiliki nilai budaya, sehingga masyarakat Bima dapat lebih menghargai warisan budaya dari leluhur mereka. Ini dapat dilakukan dengan memberikan bantuan atau dukungan kepada pelaku usaha lokal agar produk-produk cirikhas dapat dikenal oleh masyarakat secara lebih luas.

Berdasarkan kenyataannya, masih terdapat banyak pelaku ekonomi di sektor UMKM yang menghadapi beberapa masalah utama dalam mengelola bisnis mereka. Sebab adanya permasalahan tersebut, peneliti akan menjalankan studi yang diberi judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bima)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang yang telah disampaikan, rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Di Dinas Koperasi dan UMKM ?
2. Apa saja faktor penghambat pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Di Dinas Koperasi dan UMKM ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan dan memahami hasil penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Di Dinas Koperasi dan UMKM.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Di Dinas Koperasi dan UMKM.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

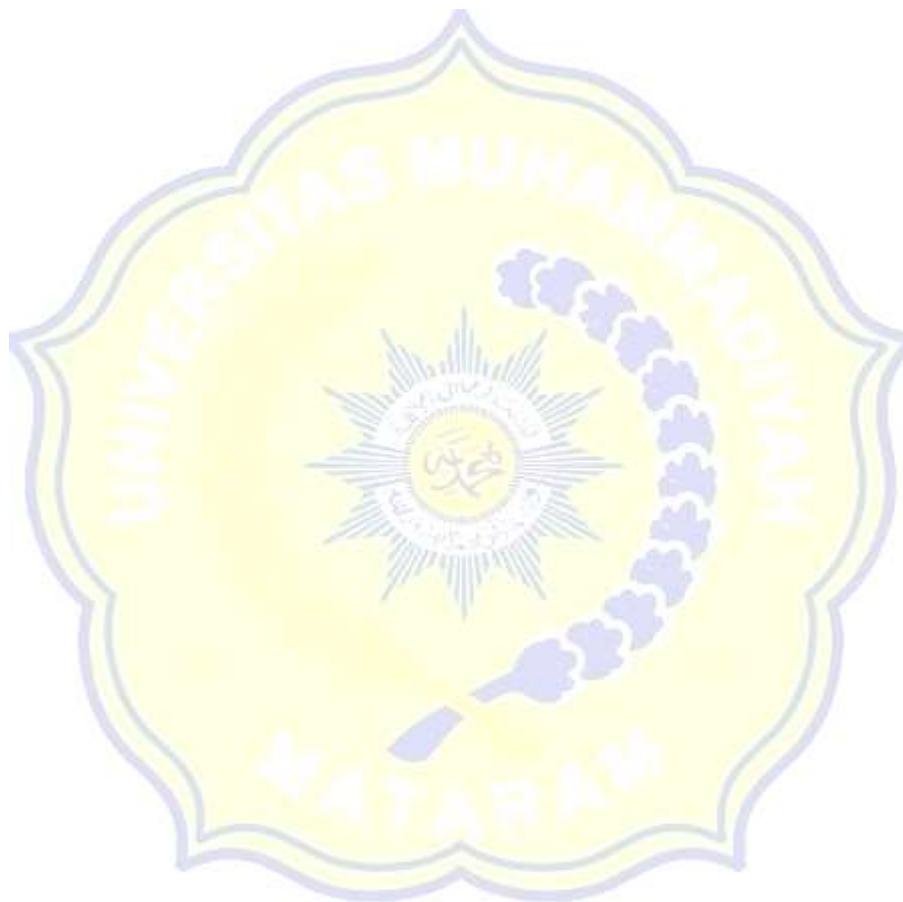
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya dalam pengembangan UMKM, hasilnya dapat memberikan manfaat bagi pengembangan usaha di Kabupaten Bima dan menjadi referensi ilmiah serta sebagai langkah awal bagi penelitian serupa di daerah lain di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Agar mendukung dan mengajak masyarakat di sekitar Kabupaten Bima, terutama para pengusaha UMKM dan pemerintah, untuk selalu memperhatikan pentingnya pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) oleh Dinas Koperasi dan UMKM. Ini bertujuan untuk mengembangkan potensi UMKM di daerah dan meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat.

3. Manfaat akademis

Syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi dalam Program Sarjana Strata Satu (SI) Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan judul skripsi ini yaitu tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Di Dinas Koperasi dan UMKM ) sebenarnya sudah banyak diteliti oleh peneliti lainya. Selain itu, peneliti menemukan beberapa referensi yang digunakan sebagai dasar dan dukungan untuk penelitian ini, yaitu beberapa karya ilmiah yang membahas Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) demi Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
1.	Alifah Fidela (2022)	Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran yang signifikan dalam pembangunan negara, seperti menyerap tenaga kerja, meratakan pendapatan, mengembangkan ekonomi pedesaan, meningkatkan ekspor nonmigas, dan menaikkan Produk Domestik Bruto (PDB). Masalah yang sering dihadapi oleh pengusaha UMKM termasuk kurangnya modal kerja, keterbatasan sumber daya manusia, dan minimnya pengetahuan dan penggunaan teknologi. Semua ini berdampak pada prospek usaha yang tidak pasti. Sehingga UMKM diberikan	Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya adalah bahwa ada perbedaan dalam judul penelitian dan lokasi penelitian.

				program penyuluhan agar bisnis yang dijalankan dapat tetap eksis di pasaran dan terus berkembang dengan lebih baik lagi dengan memperhatikan produk, lokasi, promosi, dan harga dari produk yang ditawarkan.	
2.	Mohamad Nur Utomo (2017)	Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada model strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan dan meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan global di Kalimantan Utara. Berdasarkan penelitian internal dan eksternal UMKM kota Tarakan, disimpulkan bahwa strategi utama yang dapat dijalankan adalah pertumbuhan (growth) dimana UMKM kota Tarakan memanfaatkan semua kekuatan yang dimilikinya. Hal ini meliputi upaya mempertahankan kualitas bahan baku, memastikan legalitas/izin produk sesuai standar, menetapkan harga yang kompetitif, dan meningkatkan kualitas SDM di UMKM kota Tarakan. Penelitian ini mencakup kesamaan yang berkaitan dengan metode analisis SWOT.	Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya adalah bahwa terdapat perubahan judul penelitian dan lokasi penelitian.
3.	Alyas dan Muhammad Rakib (2017)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Penguatan	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada usaha Roti Maros di Kabupaten Maros yang dapat digunakan yaitu pengembangan pasar dan	Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ialah terletak

		Ekonomi Kerakyatan		produk, serta penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan promosi, kualitas, serta inovasi produk Roti Maros.	pada judul penelitian dan lokasi
--	--	--------------------	--	---	----------------------------------

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Strategi Pengembangan

#### 2.2.1.1 Pengertian Strategi

Kuncoro (2005; 02 & 265) berpendapat bahwa strategi adalah cara yang digunakan oleh pemimpin perusahaan untuk mewujudkan filosofi perusahaan. Selain itu, dia juga menyatakan bahwa strategi seharusnya terkait dengan keputusan penting yang dihadapi oleh organisasi dalam menjalankan bisnis, yang dapat menentukan kegagalan atau kesuksesan organisasi tersebut. Pentingnya fokus pada "pola tujuan" dan "kerangka kerja" menekankan bahwa strategi berhubungan dengan perilaku yang tetap, artinya ketika sebuah strategi sudah dijalankan, perusahaan tidak dapat mengubahnya.

Sebuah strategi adalah suatu pola atau rencana yang menggabungkan tujuan utama suatu organisasi, kebijakan-kebijakan, dan langkah-langkah kegiatan ke dalam suatu kesatuan yang terpadu. Merumuskan strategi dengan cermat sangat penting untuk mengelola dan mengalokasikan sumber daya organisasi dengan cara yang unik dan mampu bertahan, berdasarkan pada keunggulan internalnya dan kelemahan yang relatif, serta mengantisipasi perubahan lingkungan dan tindakan-tindakan dari lawan yang cerdas. (Winardi, 2015:40).

Secara prinsip, pengembangan strategi dalam lingkup industri melibatkan analisis kondisi pasar di dalam dan di luar perusahaan, yaitu kelemahan dan

kekuatan internal serta peluang dan ancaman eksternal. Dari hasil analisis tersebut, dipilih alternatif strategi untuk ditetapkan sebagai langkah yang harus dilakukan. Penilaian pasar internal adalah langkah penting dalam mengevaluasi elemen-elemen kunci strategis perusahaan/organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan sehingga strategi dapat dioptimalkan dengan efektif (Ghalib Agfa Polnaya, 2013:35).

Menurut David (2006:17), Strategi digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah sebagai langkah proaktif yang memerlukan keputusan dari manajemen senior dan alokasi sumber daya perusahaan yang signifikan. Tidak hanya itu, rencana strategis juga dapat berdampak pada kesuksesan perusahaan dalam jangka waktu yang lebih lama, terutama dalam lima tahun ke depan, serta berfokus pada visi masa depan. Rencana memiliki dampak yang bervariasi dan kompleks, serta harus memperhitungkan faktor-faktor internal yang dihadapi oleh perusahaan. Menurut Itami, strategi adalah pengaturan kerangka kerja dari kegiatan-kegiatan perusahaan dan memberikan arahan untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan tersebut, sehingga perusahaan bisa menyesuaikan dan memengaruhi lingkungan yang dinamis. Kuncoro (2005:01) menjelaskan bahwa strategi merupakan gambaran yang jelas mengenai lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dan jenis organisasi yang akan dilaksanakan. Menurut Andrews, strategi didefinisikan sebagai pola dari sasaran, tujuan, dan rencana umum yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini diungkapkan dengan cara mendefinisikan aktivitas bisnis yang sedang atau seharusnya dijalankan oleh

perusahaan (Kuncoro, 2005:01). Menurut Hitt, Ireland, dan Hoskisson, strategi adalah kumpulan komitmen dan tindakan yang terintegrasi dan koordinasi yang dirancang untuk memanfaatkan keunggulan inti dan memperoleh keunggulan kompetitif. Awalnya, istilah strategi berasal dari literatur tentang pertempuran. Dari sudut pandang tersebut, bisnis dianggap sebagai kompetisi dan pesaing dianggap sebagai lawan, sementara pemerintah bertugas untuk membuat dan menerapkan berbagai peraturan (Sampurno, 2010:03). Coulter mengatakan bahwa strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang bertujuan untuk mencapai tujuan dan mengatur sumber daya organisasi sesuai dengan peluang dan tantangan yang ada di lingkungan industri.

Pearce & Robinson menekankan pentingnya strategi dalam menentukan keberhasilan sebuah organisasi, sehingga memahami konsep strategi menjadi sangat berharga. Melalui penerapan manajemen strategis, para manajer di semua tingkat perusahaan dapat bekerjasama dalam merancang rencana strategis dan menjalankan strategi tersebut (Kuncoro 2005:01). Milles dan Snow menyatakan bahwa kunci keberhasilan organisasi dalam menghadapi persaingan lingkungan adalah dengan menerapkan strategi adaptasi yang efektif. (Kuncoro, 2005:88-89)

- a) Strategi Prospector adalah pendekatan yang didorong oleh keinginan organisasi untuk terus berinovasi, menghasilkan produk baru, dan mengeksplorasi peluang pasar yang baru demi kesuksesan perusahaan.
- b) Perusahaan dengan strategi bertahan (Defender) umumnya fokus pada mempertahankan stabilitas pasar yang mereka bidik.

- c) Strategi Penganalisis (Analyzer) adalah strategi yang digunakan untuk menganalisis dan meniru. Organisasi yang menerapkan strategi ini akan mengevaluasi gagasan bisnis yang baru sebelum memutuskan untuk terlibat dalam bisnis tersebut.
- d) Strategi reaktif melibatkan organisasi yang merespons perubahan di lingkungan mereka hanya ketika mereka dipaksa oleh tekanan dari lingkungan tersebut.

#### 2.2.1.2 Pengembangan

Pengembangan dapat dijelaskan sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan tuntutan pekerjaan atau posisi melalui proses pendidikan dan pelatihan. Menyatakan bahwa fokus pengembangan UMKM adalah untuk menjadi pesaing ekonomi yang kuat dengan memperkuat jiwa kewirausahaan dan meningkatkan produktivitas melalui usaha untuk menyesuaikan diri dengan permintaan pasar, memanfaatkan inovasi, dan menerapkan teknologi. Afifuddin (2010:180) menyatakan bahwa seorang manusia harus memiliki kesadaran akan lingkungannya dan melakukan upaya untuk melestarikan alam. Pertumbuhan UMKM sebenarnya adalah tanggung jawab kolektif antara pemerintah dan masyarakat. Dengan memperhatikan tantangan yang dihadapi oleh UMKM, perlu dilakukan langkah-langkah seperti: menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung, memberikan bantuan modal, perlindungan usaha, meningkatkan kemitraan, pelatihan, meningkatkan promosi, dan meningkatkan kerjasama yang adil. (Hafsah 2004:43-44)

Menurut Siagian (2009:87), negara-negara sedang berkembang dapat mengadopsi dua bentuk strategi pembangunan, yaitu meningkatkan pertanian secara modern dan mendorong pertumbuhan industri.

- a Modernisasi pertanian adalah upaya untuk mencapai swasembada pangan dan pertumbuhan ekonomi di dalam negeri, serta memperluas pasar ekspor dengan mengembangkan berbagai jenis agrobisnis.
- b Industrialisasi adalah proses yang mempercepat pertumbuhan dan perkembangan ekonomi melalui jalur industrialisasi.

Menurut Kuncoro (2005:64), dalam zaman otonomi daerah, perlu diubah paradigma pembangunan daerah agar lebih berorientasi pada daerah itu sendiri. Daerah harus memiliki inisiatif, keberanian, dan kemandirian dalam merancang, merencanakan, dan melaksanakan pembangunan daerah. Pendapatnya adalah bahwa setiap daerah memiliki pengetahuan yang lebih mendalam tentang permasalahan dan peluang yang ada di wilayahnya sendiri.

Subandi (2011:122) menyatakan bahwa secara keseluruhan, rencana pembangunan ekonomi melibatkan peningkatan jumlah lapangan kerja untuk penduduk saat ini dan upaya untuk mencapai kestabilan ekonomi. Selain itu, strategi ini juga mencakup pengembangan beragam basis ekonomi dan kesempatan kerja. Keberhasilan pembangunan ekonomi tergantung pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelaku bisnis secara global. Tindakan ini dilakukan untuk mencegah kemungkinan adanya perubahan ekonomi sektoral yang pada akhirnya akan berdampak pada peluang kerja.

#### 2.2.1.3 Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Rengkuti (2009:4), strategi adalah suatu sarana untuk mencapai tujuan perusahaan yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas pengalokasian sumber daya.

#### 1) Strategi pengembangan produk

David (2009:251) mendefinisikan pengembangan produk sebagai usaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada atau menciptakan produk atau jasa baru. Pengembangan produk umumnya memerlukan investasi yang besar untuk riset dan pengembangan. Perusahaan telah memilih strategi pengembangan produk untuk memodifikasi atau menciptakan produk baru yang masih terkait dengan produk yang ada saat ini. Hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan portofolio produk perusahaan. Oleh karena itu, produk baru atau yang telah dimodifikasi dapat dijual kepada pelanggan yang sudah ada melalui jalur pemasaran yang telah tersedia. Rencana strategi ini dipilih untuk dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen. Selain itu, juga dilakukan pengembangan produk sejalan dengan upaya untuk memahami pengaruh dari siklus yang dikenal sebagai gaya hidup produk.

Menekankan pentingnya menerapkan strategi pengembangan produk adalah untuk meningkatkan daya tarik produk, sambil menjaga reputasi merek dan citra perusahaan, serta memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan. David (2009:260) menyatakan bahwa ada lima panduan untuk menentukan kapan pengembangan produk dapat menjadi strategi yang efektif.

a) Saat perusahaan memiliki produk-produk yang telah mencapai tahap kematangan dalam siklus hidupnya, tujuannya adalah untuk menarik

- pelanggan yang puas agar mencoba produk baru yang lebih baik setelah memiliki pengalaman positif dengan produk atau layanan perusahaan saat ini.
- b) Ketika perusahaan memiliki keunggulan di pasar yang ditandai oleh adopsi teknologi yang cepat.
  - c) Saat pesaing terkemuka menawarkan produk yang lebih unggul dengan harga yang menguntungkan.
  - d) Ketika perusahaan bersaing di pasar yang mengalami pertumbuhan tinggi.
  - e) Organisasi yang memiliki kemampuan riset dan pengembangan yang sangat kuat.

## 2) Strategi pengembangan Pasar

Menurut David (2009:251), pengembangan pasar adalah upaya untuk memperluas jangkauan produk atau jasa ke daerah-daerah baru secara geografis. Strategi pasar akan diimplementasikan dengan mempertimbangkan koordinasi, sehingga dapat mencapai efisiensi biaya yang lebih tinggi dan mengurangi risiko yang dihadapi. Fokus dari strategi ini adalah pada pemasaran produk yang sedang berlangsung, dengan mempertimbangkan kemampuan dan keahlian yang dimiliki dalam melayani baik pelanggan yang sudah ada maupun pelanggan baru. Dalam hal ini, prioritas kegiatan adalah meningkatkan jaringan distribusi dan cabang perusahaan, serta merombak serta memperkuat program promosi dan iklan. Menurut Assauri (2013:135), pengembangan pasar merupakan keputusan strategis yang harus diambil oleh perusahaan atau korporasi. Keputusan strategis tersebut bertujuan untuk memanfaatkan peluang pasar guna mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkesinambungan.

Menurut David (2009:259), terdapat enam aturan tentang kapan pengembangan pasar bisa menjadi strategi yang benar-benar berhasil, yakni:

- a) Ketika saluran-saluran distribusi terbaru tersedia, handal, terjangkau, dan berkualitas tinggi.
- b) Ketika perusahaan mencapai kesuksesan yang besar dalam menjalankan bisnisnya.
- c) Ketika munculnya pasar yang belum dijangkau dan masih memiliki potensi pertumbuhan yang besar.
- d) Ketika perusahaan memiliki modal dan SDM yang diperlukan untuk mengelola ekspansi operasional.
- e) Ketika perusahaan memiliki kemampuan produksi yang melampaui kebutuhan pasar.
- f) Ketika industri dasar organisasi berkembang dengan pesat dan menjadi global dalam jangkauannya.

Berdasarkan argumen tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pasar merupakan upaya untuk meningkatkan penjualan produk dengan memperluas target pasar ke luar segmen yang ada. Ini terjadi karena perusahaan menggunakan nama merek yang sudah ada.

### 3) Strategi Inovasi

Menurut David (2009:289, inovasi dapat dijelaskan sebagai langkah untuk memberikan kemampuan dan kekuatan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Perusahaan perlu selalu menggunakan strategi inovatif, baik dalam produksi industri maupun barang konsumsi, karena terus menerus diperlukan adanya perubahan atau peningkatan dalam produk yang mereka tawarkan. Di zaman yang penuh persaingan, kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing ditentukan oleh kemampuannya untuk terus berinovasi, baik dalam pengembangan produk baru maupun dalam efisiensi proses produksi. Inovasi ini dapat berupa pengembangan produk baru atau modifikasi produk yang sudah ada, serta penggunaan teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan menurunkan biaya produksi. Inovasi tidak hanya berkaitan

dengan produk fisik, tetapi juga mencakup ide, teknologi, perilaku, dan praktik baru yang belum dikenal atau digunakan oleh sebagian masyarakat.

Perkembangan usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor yang terkait dengan masalah-masalah internal dan eksternal. Menurut Januar (2010:5), faktor-faktor pengembangan usaha meliputi permodalan, keterbatasan sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha, dan kemampuan penetrasi usaha kecil. Faktor eksternalnya meliputi kondisi usaha yang belum sepenuhnya mendukung, keterbatasan fasilitas dan infrastruktur usaha, serta keterbatasan akses pasar.

## **2.2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

### **2.2.2.1 Pengertian UMKM**

Definisi UMKM di Indonesia merupakan bagian dari regulasi yang terdapat dalam peraturan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. Pada tahun 2008, terbitlah Undang-Undang Nomor 20 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro merujuk pada usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro sesuai dengan ketentuan undang-undang tersebut (Jerry RH Wuisang, dkk, 2019:21).

Usaha kecil merujuk pada aktivitas ekonomi yang menghasilkan produk atau layanan dan dioperasikan oleh individu atau perusahaan yang bukan bagian dari perusahaan induk atau cabangnya. Usaha kecil juga harus memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan dalam undang-undang, baik secara langsung maupun tidak langsung.

### **2.2.2.2 Kriteria UMKM**

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
  - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil memiliki kriteria sebagai berikut:
  - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
- c. Usaha Menengah, memiliki kriteria sebagai berikut:
  - 1) Memiliki kakayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - 2) Memiliki hasil penjualan tanhunuan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah)

Berdasarkan penjelasan dari Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM dapat diklasifikasikan berdasarkan jumlah pekerjanya. Usaha kecil dikategorikan sebagai usaha yang mempekerjakan antara 5 hingga 19 orang, sementara usaha menengah diklasifikasikan sebagai usaha yang mempekerjakan antara 20 hingga 99 orang.

#### 2.2.2.3 Klasifikasi UMKM

Dari sudut pandang pertumbuhannya, UMKM adalah kategori usaha yang paling banyak jumlahnya. Kelompok ini juga terbukti kuat dalam menghadapi berbagai tantangan dari krisis ekonomi. Oleh karena itu, adalah suatu kebutuhan mendesak untuk memperkuat kembali kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan sejumlah besar kelompok. Jerry RH Wuisang, dkk (2019) mengelompokkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ke dalam klasifikasi berikut:

- a. Kegiatan Penghidupan adalah upaya kecil dan menengah untuk menciptakan peluang pekerjaan dan sumber penghasilan, yang sering kali dikenal sebagai sektor non-formal. Salah satu contohnya adalah penjual makanan dan minuman di pinggir jalan.
- b. Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah bisnis kecil yang umumnya berfokus pada kemampuan pengrajin tetapi belum memiliki jiwa kewirausahaan.
- c. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dinamis, memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi dan mampu menerima proyek subkontrak dan melakukan ekspor.

- d. Fast Moving Enterprise adalah sebuah perusahaan UMKM yang telah menunjukkan semangat kewirausahaan dan siap untuk berkembang menjadi perusahaan besar.

#### 2.2.2.4 Peranan UMKM

Peran yang sangat penting dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah dalam mendukung pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, bukan hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). UMKM dinegara maju memiliki peranan yang sangat penting, tidak hanya dalam penciptaan lapangan kerja yang lebih besar dibandingkan usaha besar (UB), seperti juga yang terjadi di negara sedang berkembang, tetapi juga dalam kontribusinya terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) yang lebih besar daripada kontribusi dari usaha besar.

Sektor bisnis memegang peranan yang penting bagi negara Indonesia yang sedang berkembang. UMKM menjadi fokus perhatian dari berbagai pihak karena perannya yang besar. Banyak usaha kecil menerima hal ini karena perannya yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia secara keseluruhan (Suparyanto. 2016:61) Usaha kecil memiliki berbagai peran penting dalam pembangunan nasional Indonesia, termasuk tetapi tidak terbatas pada:

- a) Menyerap tenaga kerja.
- b) Penyedia barang dan jasa bagi masyarakat.
- c) Penyedia suku cadang bagi usaha skala menengah dan besar.
- d) Mengurangi urbanisasi.
- e) Mendayagunakan sumber ekonomi daerah.
- f) Menunjukkan citra diri bangsa Indonesia.

#### 2.2.2.5 Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah

Darmanto dan rekan-rekannya (2018:25) menjelaskan bahwa karakteristik UMKM merujuk pada fitur unik yang dimiliki oleh UMKM. Karakteristik khusus dari UMKM terbagi menjadi dua jenis, yaitu sifat baik dan sifat buruk. Sifat-sifat yang menggambarkan positività adalah:

- a Bertahan di dalam menghadapi masalah, yang berarti orang-orang tidak akan menyerah meskipun mengalami kesulitan yang sangat besar.
- b Fleksibilitas berarti bahwa mereka dengan mudah menyesuaikan diri dengan setiap perubahan yang terjadi.
- c Mengandalkan diri sendiri, tidak bergantung pada pemerintah atau pihak lain,
- d Hemat atau efisien karena diupayakan secara efektif bersama dengan anggota keluarga.
- e Keuangannya lebih tidak bergantung pada orang lain karena dapat memenuhi kebutuhan keuangannya sendiri.

Sifat negatifnya meliputi:

- a Kesulitan untuk bekerja sama dengan orang lain secara tidak resmi.
- b Skala kecil mengalami kesulitan dalam pertumbuhannya karena keterbatasan sumber daya.

### 2.2.3 Perekonomian Masyarakat

#### 2.2.3.1 Pengertian Perekonomian Masyarakat

Peningkatan melibatkan kemajuan, transformasi, dan peningkatan. Perekonomian berasal dari kata dasar "Oikos" yang berarti keluarga dan "Nomos" yang berarti hukum, sehingga ekonomi merupakan hukum yang berlaku untuk

memenuhi kebutuhan hidup dalam keluarga (Ismail Nawawi, 2009). Ekonomi adalah bidang studi yang berkaitan dengan prinsip-prinsip produksi, distribusi, dan penggunaan barang dan kekayaan (termasuk keuangan, industri, dan perdagangan).

Ekonomi masyarakat merujuk pada sekelompok individu yang telah mengembangkan pola kehidupan, aturan, dan tradisi yang diperoleh dari lingkungan mereka (Noor, 2017:93). Tujuan dari peningkatan perekonomian ini adalah untuk meningkatkan tingkat perkembangan perekonomian melalui usaha mandiri yang menghasilkan dengan mempertimbangkan pengelolaan dalam bisnisnya.

Menurut Zulkarnain (2003:54), ekonomi partisipatif adalah suatu sistem ekonomi yang harus diimplementasikan sesuai dengan prinsip Negara kita yang mengedepankan dua hal, yaitu keadilan dan demokrasi ekonomi, serta mengutamakan kepentingan rakyat.

Pemahaman mengenai ekonomi rakyat dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu: pertama, cara pelaku ekonomi kecil terlibat dalam kegiatan ekonomi yang disebut sebagai perekonomian rakyat. Dengan menggunakan pendekatan ini, pemberdayaan ekonomi masyarakat bertujuan untuk memberdayakan mereka yang berusaha di sektor ekonomi skala kecil. Pendekatan kedua dalam sistem ekonomi adalah demokrasi ekonomi atau sistem pembangunan yang melibatkan partisipasi masyarakat yang disebut pembangunan partisipatif. Menurut pendekatan kedua ini, upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat bertujuan untuk menerapkan nilai-nilai demokrasi dalam proses

pembangunan. Ini mengindikasikan bahwa ekonomi rakyat merupakan sebuah sistem ekonomi di mana seluruh lapisan masyarakat ikut serta dalam pembangunan tanpa terkecuali, dan semuanya berperan sebagai penggerak pembangunan. Pendekatan alternatif ini sering kali disebut sebagai ekonomi partisipatif (Fachri Yasin dkk, 2022:72).

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa ekonomi partisipatif adalah pertumbuhan ekonomi kelompok masyarakat yang melibatkan seluruh segmen masyarakat dalam proses pembangunan yang berkaitan erat dengan aspek keadilan, demokrasi ekonomi, mendukung ekonomi rakyat yang didasarkan pada mekanisme pasar yang adil, serta melibatkan seluruh segmen masyarakat dalam proses pembangunan, serta bersikap adil terhadap seluruh masyarakat, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara keseluruhan atau mayoritas masyarakat.

#### 2.2.3.2 Strategi Pengembangan Ekonomi Kerakyatan

Perekonomian kerakyatan merupakan suatu sistem ekonomi yang dimiliki oleh penduduk kecil dan didominasi oleh mayoritas masyarakat Indonesia. Membangun perekonomian berbasis pada kepentingan rakyat, yang dikembangkan oleh masyarakat dan untuk kepentingan masyarakat itu sendiri. Meningkatkan perekonomian masyarakat melibatkan pengembangan dan penguasaan potensi mereka, atau memberdayakan mereka untuk meningkatkan kemampuan mereka. Mobilisasi sumber daya untuk memajukan ekonomi masyarakat akan meningkatkan kinerja ekonomi mereka, sehingga baik tenaga kerja maupun alam sekitar mereka dapat lebih produktif. Zulkarnain (2003:28)

berpendapat bahwa untuk mencapai tujuan ekonomi kerakyatan, perlu diikuti beberapa langkah atau strategi yang diperlukan dalam mengembangkan atau mewujudkannya dengan baik.

- a. Menganalisis perilaku ekonomi dari koperasi, usaha kecil, petani, dan kelompok tani dalam hal potensi dan peningkatan bisnis mereka.
- b. Mengadakan program pembinaan bagi orang-orang tersebut melalui program pendampingan.
- c. Program pelatihan pendidikan disesuaikan dengan kebutuhan individu ketika mereka memperluas usahanya.
- d. Melakukan pengaturan dan penilaian terhadap individu yang terlibat dalam proses pengembangan, baik pengembangan terkait keuangan, sumber daya manusia, pasar, informasi pasar, maupun penerapan teknologi.

Menurut Mubyarto (2008:41), terdapat tiga aspek yang dapat digunakan untuk menilai perkembangan ekonomi rakyat, yaitu:

- a. Membuat lingkungan atau kondisi yang memungkinkan individu untuk mengembangkan potensinya. Poin awal dari pemikirannya adalah menyadari bahwa setiap individu dan setiap komunitas memiliki kemampuan yang dapat ditingkatkan. Tidak ada komunitas yang benar-benar bebas dari kelemahan.
- b. Meningkatkan kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat itu. Untuk meningkatkan potensi ekonomi masyarakat, yang terpenting adalah meningkatkan akses pendidikan dan kesehatan serta memberikan peluang untuk memanfaatkan potensi ekonomi yang ada.

- c. Pembangunan ekonomi rakyat juga berarti memberikan perlindungan kepada masyarakat dan mencegah terjadinya ketidakseimbangan persaingan, serta melindungi kelompok ekonomi yang kuat dari mengeksploitasi kelompok yang lebih lemah. Perlindungan masyarakat terus dilakukan sebagai bagian dari upaya untuk memberdayakan dan mengembangkan inisiatif mereka.

#### 2.2.3.3 Prinsip-prinsip Ekonomi Kerakyatan

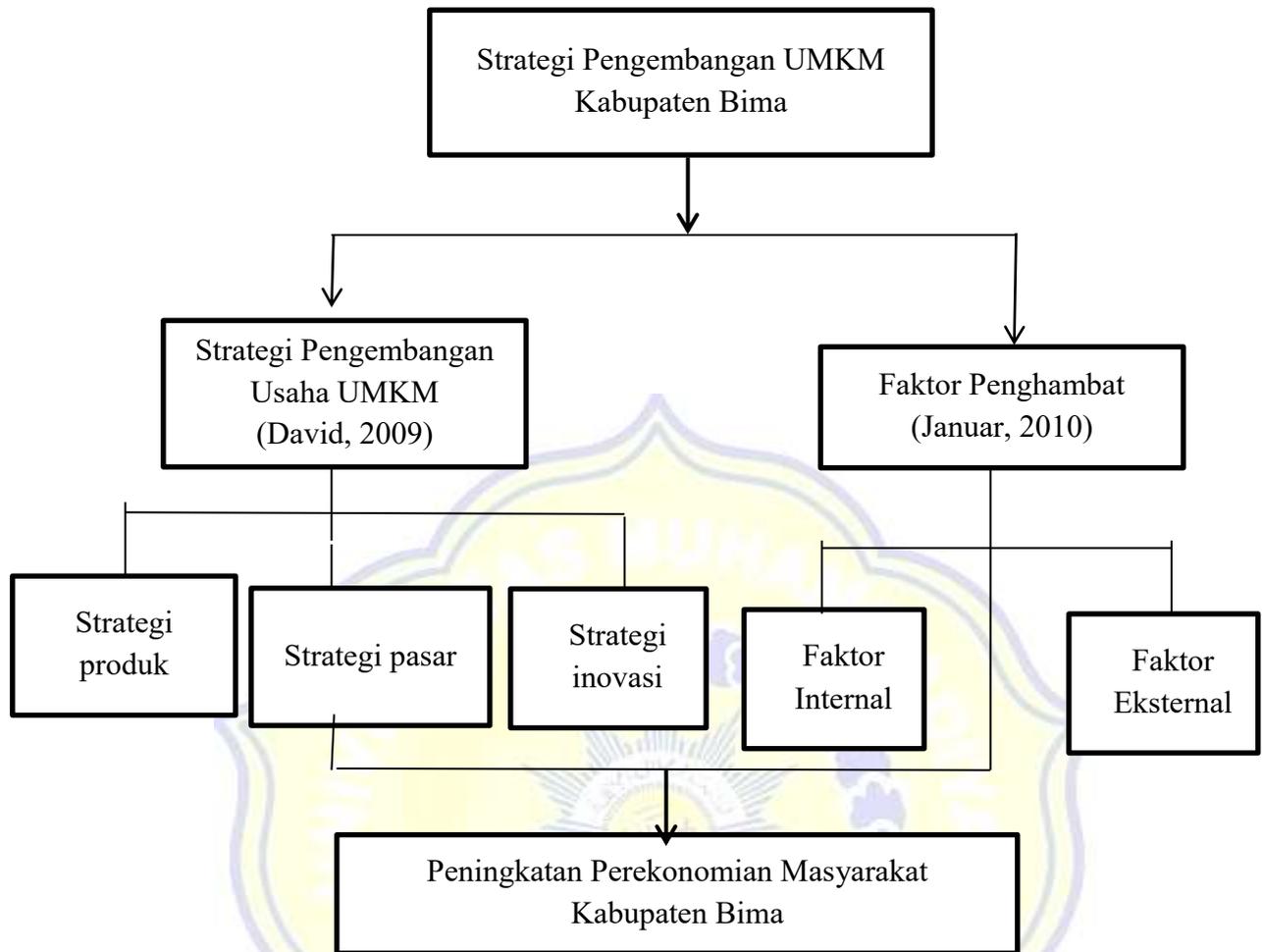
Secara keseluruhan, para ahli ekonomi belum menemukan prinsip yang komprehensif yang berkaitan dengan ekonomi masyarakat. Namun, yang tercantum dalam Undang-Undang Dasar 1945, khususnya pada pasal 33 adalah:

- a. Prinsip kekeluargaan, bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan. Prinsip ini merupakan acuan semua badan usaha baik BUMN, BUMS dan BUMD
- b. Prinsip keadilan, pelaksanaan ekonomi kerakyatan harus bisa mewujudkan keadilan dalam masyarakat. Sistem ini diharapkan dapat memberikan peluang yang sama kepada semua anak bangsa baik itu konsumen, pengusaha, maupun sebagai tenaga kerja.
- c. Prinsip pemerataan pendapatan, masyarakat sebagai konsumen dan pelaku ekonomi harus merasakan pemerataan pendapatan.
- d. Prinsip keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat. Kegiatan ekonomi harus mampu mewujudkan adanya sinergi antara kepentingan individu dengan kepentingan masyarakat.
- e. Prinsip kerjasama atau jaringan, dalam prinsip ini para pelaku ekonomi harus saling membantu dan bekerja sama, dengan bekerjasama tentu berbagai kegiatan usaha kecil akan menjadi kuat dan besar.

### **2.3 Kerangka Berpikir**

UMKM memegang peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian. Dari segi penciptaan peluang pekerjaan, penggunaan tenaga kerja dan dampaknya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Bima district is one of the districts in NTB. Di samping itu, ada beberapa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berusaha untuk memanfaatkan sumberdaya lokal secara maksimal. Kehadiran UMKM sangat membantu dalam menurunkan tingkat pengangguran, yang merupakan masalah utama bagi negara ini. Dengan keberadaan UMKM, penduduk Kabupaten Bima dapat melampaui tingkat kemiskinan dan mencapai taraf hidup yang lebih baik. Namun, seiring dengan perkembangan UMKM di dunia bisnis, UMKM ini mengalami beberapa tantangan. Masalah utama yang dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya jenis usaha kecil, menengah, dan mikro yang dianggap unggulan dan produk potensial yang dapat dikembangkan menjadi produk andalan di wilayah tersebut, sehingga pertumbuhan UMKM terhambat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bima terbagi menjadi beberapa sektor, yakni sektor pertanian, sektor pertambangan dan penggalan, sektor industri pengolahan, sektor perdagangan dan hotel, sektor keuangan, dan sektor jasa-jasa.

Kerangka Konseptual diatas menjelaskan bagaimana alur penelitian ini. Dimulai dari terbentuknya usaha UMKM di Kabupaten Bima, kemudian di terapkan strategi-strategi usaha untuk pengembangan usaha. Jadi keberlangsungan usaha UMKM di Kabupaten Bima tidaknya tergantung dari strategi dan pengembangan yang dilakukan pelaku usaha.



Gambar 2.3 Kerangka Penelitian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Moleong (2017:56), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata yang diucapkan atau tertulis oleh individu, serta perilaku yang dapat diamati.

Penelitian kualitatif deskriptif pada proyek ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan metode yang digunakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Dinas Koperasi dan UMKM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti prosedur kerja penelitian kualitatif. Artinya adalah tidak menggunakan perangkat pengukur. Data atau informasi yang diperoleh akan dijelaskan sesuai dengan situasi di lapangan dan disampaikan dalam bentuk tulisan atau frase. Teknik penelitian ini mengumpulkan informasi deskriptif dalam bentuk tulisan atau lisan dari individu serta perilaku yang diamati (Moleong, 2017:63).

Dengan demikian, pendekatan kualitatif dalam penelitian difokuskan pada memahami konteks individu dan masyarakat tanpa mengubahnya menjadi variabel atau hipotesis, namun perlu dilihat sebagai bagian dari suatu keperluan.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlangsung dari April hingga selesai dan lokasinya di Dinas Koperasi dan UMKM. Penulis memutuskan untuk melakukan penelitian di lokasi

tersebut dikarenakan pengetahuan yang dimiliki tentang kondisi lokasi tersebut, sehingga memudahkan untuk mengumpulkan data.

### **3.3 Informan Penelitian**

Teknik pemilihan responden dalam studi ini menggunakan metode purposive sampling. Metode ini digunakan untuk memilih responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Sugiyono (2016:218) menyatakan bahwa purposive sampling merupakan metode pengambilan sampel data yang dilakukan dengan mempertimbangkan keunggulan sumber data, yaitu kemampuan mereka untuk memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Peneliti berupaya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan mencari data dari partisipan seperti yang tercantum di bawah ini:

1. Kepala Dinas Koperasi Kabupaten Bima
2. Pelakut usaha UMKM di Kabupaten Bima

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

Jenis informasi yang digunakan dalam studi ini termasuk:

Lofkand (Meleong, 2017: 157) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, kata-kata dan tindakan merupakan sumber data utama, sedangkan data tambahan seperti dokumen dan sejenisnya hanya merupakan pelengkap. Menyangkut masalah tersebut, data dapat diklasifikasikan menjadi kata-kata dan tindakan, data tertulis, dan gambar.

Dua jenis data yang digunakan dalam studi ini adalah:

1. Data Primer

Informasi yang dikumpulkan di lokasi dari sumber yang berkaitan secara langsung dengan topik penelitian. Data utama ini merupakan rekaman dari hasil percakapan yang diperoleh melalui wawancara yang dilakukan oleh penulis. Lain dari itu, pengarang juga mengedarkan kuisisioner riset dan melakukan observasi langsung serta menghimpun informasi dalam bentuk catatan mengenai keadaan dan insiden di wilayah tersebut.

## 2. Data sekunder

Penunjang data tambahan dikumpulkan dari data yang cocok. Bahan-bahan ini termasuk dokumen-dokumen, arsip, majalah, serta gambar yang relevan dengan kebutuhan penulis. Informasi ini digunakan untuk memvalidasi data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan informasi dilaksanakan dengan menggunakan beberapa metode, seperti yang berikut:

#### 1. Observasi

Salah satu metode yang bisa dipakai untuk memahami atau meneliti perilaku non verbal adalah dengan memanfaatkan observasi. Sugiyono (2018:229) menyatakan bahwa observasi memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari teknik pengumpulan data lainnya. Observasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga meliputi objek alam lainnya. Dengan melakukan praktik observasi, peneliti dapat memperoleh pemahaman mengenai tingkah laku serta signifikansi dari tingkah laku tersebut.

Pengamatan dalam studi ini melibatkan secara langsung mengamati pedagang usaha UMKM di Kabupaten Bima untuk mengetahui situasi yang sebenarnya.

## 2. Wawancara

Sugiyono (2018: 467) menjelaskan bahwa jenis wawancara ini dapat dikategorikan sebagai wawancara mendalam, di mana pertanyaan-pertanyaan diajukan secara fleksibel namun masih mengikuti garis besar wawancara yang telah disusun. Wawancara ini lebih fleksibel dibanding wawancara terstruktur namun tetap mempertahankan kerangka kerja yang telah ditetapkan. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi secara lebih terbuka, di mana para pedagang mikro dan kecil di Kecamatan Bima diminta untuk memberikan pendapat, ide, atau solusi dalam mengatasi masalah yang dihadapi. Peserta utama dalam percakapan ini adalah para penjual, hasil dari wawancara akan bervariasi tergantung dari perspektif masing-masing penjual mikro dan kecil di area Kecamatan Bima.

Peneliti berupaya untuk mengumpulkan data yang diperlukan dengan melakukan wawancara dengan responden guna mendapatkan informasi yang relevan.

- a Kepala Dinas Koperasi Kabupaten Bima
- b Pelakut usaha UMKM di Kabupaten Bima

## 3. Dokumentasi

Sugiyono (2018:476) menjelaskan bahwa dokumentasi merujuk pada metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berisi laporan dan keterangan yang relevan untuk mendukung suatu penelitian. Metode observasi atau wawancara akan menjadi lebih kredibel dan terpercaya dengan adanya dukungan dari studi dokumen seperti foto-foto atau karya tulis yang sudah terdokumentasi. Namun, tidak semua dokumen memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi. Sebagai ilustrasi, banyak gambar yang tidak menggambarkan situasinya dengan sebenarnya, karena bisa jadi gambar itu diatur untuk keperluan tertentu.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2016: 141) menjelaskan bahwa dalam melakukan analisis data kualitatif, prosesnya dilakukan secara aktif dan terus-menerus hingga selesai, sehingga data yang dianalisis sudah cukup. Kegiatan yang dilakukan dalam analisis data pada penelitian ini meliputi reduksi data dan penyajian data.

#### **1. Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Maksudnya adalah menggabungkan, memilih hal-hal utama, memusatkan perhatian pada hal-hal yang signifikan, dan mencari motif dan polanya sambil menghilangkan yang tidak perlu. Dengan demikian, data yang telah disederhanakan akan memberikan gambaran yang lebih jelas, serta memfasilitasi peneliti untuk melakukan pengumpulan data lanjutan, dan melakukan pencarian jika diperlukan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan

penyederhanaan data dengan merangkum informasi yang diperoleh dari data dan mengelompokkannya berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang diungkap.

## 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam metode penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk narasi ringkas, diagram, hubungan antara kategori dengan menggunakan flowchart, dan sebagainya. Salah satu metode yang sering digunakan dalam menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah melalui narasi teks. Dalam penelitian ini, peneliti menyediakan data dengan cara memberikan penjelasan singkat dalam bentuk cerita dan menyusun data dalam tabel agar mempermudah analisis data.

## 3. Penarikan kesimpulan

Menyimpulkan dan memastikan kesimpulan adalah langkah ketiga dalam proses analisis data kualitatif menurut Milles and Hiberman. Kesimpulan awal yang diungkapkan sementara dan dapat berubah jika tidak ada bukti yang kuat pada tahap pengumpulan berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang disarankan pada awalnya didukung oleh bukti yang dapat dipercaya dan konsisten saat penelitian mengumpulkan data kembali, maka kesimpulan itu dapat dianggap dapat dipercaya.

### **3.7 Keabsahan Data**

Keabsahan data merujuk pada tingkat kepercayaan yang terkait dengan sejauh mana kebenaran hasil penelitian dapat menyingkap dan mengklarifikasi

data dengan fakta aktual di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data cenderung berkembang seiring dengan proses penelitian itu berlangsung. Dalam penelitian data kualitatif ini, keabsahan data diperoleh melalui menjaga kredibilitas, transferabilitas, dan dependabilitas. Untuk mencapai kredibilitas, peneliti melakukan langkah-langkah berikut.

#### 1. Perpanjangan Keikuitsertaan

Partisipasi para peneliti sangat krusial dalam proses pengumpulan data, yang tidak hanya membutuhkan waktu singkat tetapi juga memerlukan perpanjangan waktu. Hal ini dilakukan agar data yang dikumpulkan dapat mengambil hal-hal penting karena penelitian kualitatif berfokus pada situasi. Dengan melanjutkan partisipasi, peneliti dapat memastikan pemahaman dan penghayatan terhadap konteks. Selain itu, membangun kepercayaan antara peneliti dan subjek juga memerlukan waktu yang cukup lama.

#### 2. Keikuitsertaan Pengamatan

Ketekunan dalam pengamatan dilakukan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur lain yang sangat relevan dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti juga fokus pada detail-detail yang ditemukan sebelum melakukan pembahasan penelitian. Dengan melakukan pengamatan terlebih dahulu, peneliti dapat menggali data atau informasi yang diperlukan tentang objek penelitian. Hasilnya, peneliti dapat menemukan permasalahan yang menarik untuk diteliti.

#### 3. Trianggulasi Data

Penelitian ini dilakukan untuk memastikan keabsahan data dengan membandingkan data dari berbagai sumber pada berbagai tahap penelitian lapangan. Triangulasi data dalam penelitian ini melibatkan beberapa metode, yaitu (a) membandingkan data dari wawancara dengan informan dan key informan, (b) membandingkan hasil pengamatan pertama dengan pengamatan berikutnya, dan (c) membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara, serta membandingkan hasil wawancara pertama dengan hasil wawancara berikutnya. Hal ini penting karena perbedaan yang terjadi bukan hanya sekedar masalah pendapat, tetapi juga alasan di balik perbedaan tersebut.

