

## **SKRIPSI**

# **Analisis Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah Yang Dilakukan Oleh Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Di Kabupaten Sumbawa Barat**

Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Skripsi



Oleh

**NUR AFIZA  
NIM. 2019B1B054**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK  
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Analisis Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah  
Yang Dilakukan Oleh Dinas Koperasi Perindustrian Dan  
Perdagangan Di Kabupaten  
Sumbawa Barat**

Oleh :

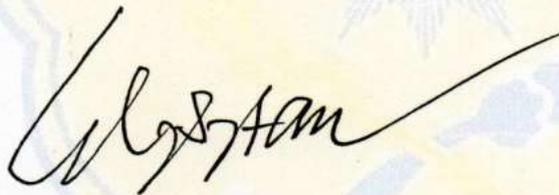
**NUR AFIZA**

Untuk Memenuhi Ujian Skripsi Pada Tanggal .....

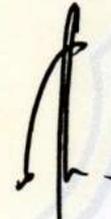
Menyetujui  
Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



(Drs. H. Mustamin H. Idris, MS)  
NIDN. 0031126484



(Rahmad Hidayat, S.AP, M.AP)  
NIDN. 0822048901

Mengetahui

**Ketua Program Studi Administrasi Negara**



(Rahmad Hidayat, S.AP, M.AP)  
NIDN. 0822048901

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA  
KECIL DAN MENENGAH YANG DILAKUKAN OLEH  
DINAS KOPERASI PERINDUSTRIAN DAN  
PERDAGANGAN DI KABUPATEN SUMBAWA  
BARAT**

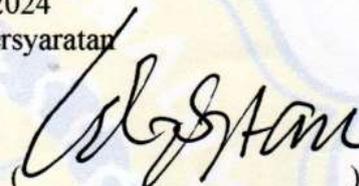
Oleh :

**NUR AFIZA**

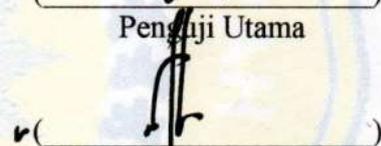
Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 12 februari 2024  
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

Drs. H. Mustamin H. Idris, M.S.  
NIDN. 0031126484

  
Penguji Utama

Rahmad Hidayat, S.AP., M.AP.  
NIDN. 0822048901

  
Penguji Pendamping

Drs. Amil, MM.  
NIDN. 0831126204

  
Penguji Netral

**Mengetahui...**  
**Dekan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

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



## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH 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 di dalam 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, Oktober 2023  
Mahasiswa,



**Nur Afiza**  
**2019B1B054**



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 : Nur Afiza  
NIM : 2019B1B054  
Tempat/Tgl Lahir : Bagan Siapi-api, 01 Mei 2001  
Program Studi : ADMINISTRASI PUBLIK  
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
No. Hp : 082 339 006 132  
Email : nurafizah3a@gmail.com

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

Analisis strategi pemberdayaan usaha kecil dan menengah yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat.

**Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 46%**

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.

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

Mataram, 13 Maret .....2024  
Penulis



Nur Afiza  
NIM. 2019B1B054

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 : NUR AFIZA  
NIM : 2019BIB054  
Tempat/Tgl Lahir : Bagan Siapi - api, 01 Mei 2001  
Program Studi : ADMINISTRASI PUBLIK  
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
No. Hp/Email : 082 339 006 132 / nurafizah39@gmail.com  
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:

Analisis Strategi pemberdayaan usaha kecil dan menengah yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat

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, 13 Maret .....2024  
Penulis



NUR AFIZA  
NIM. 2019BIB054

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

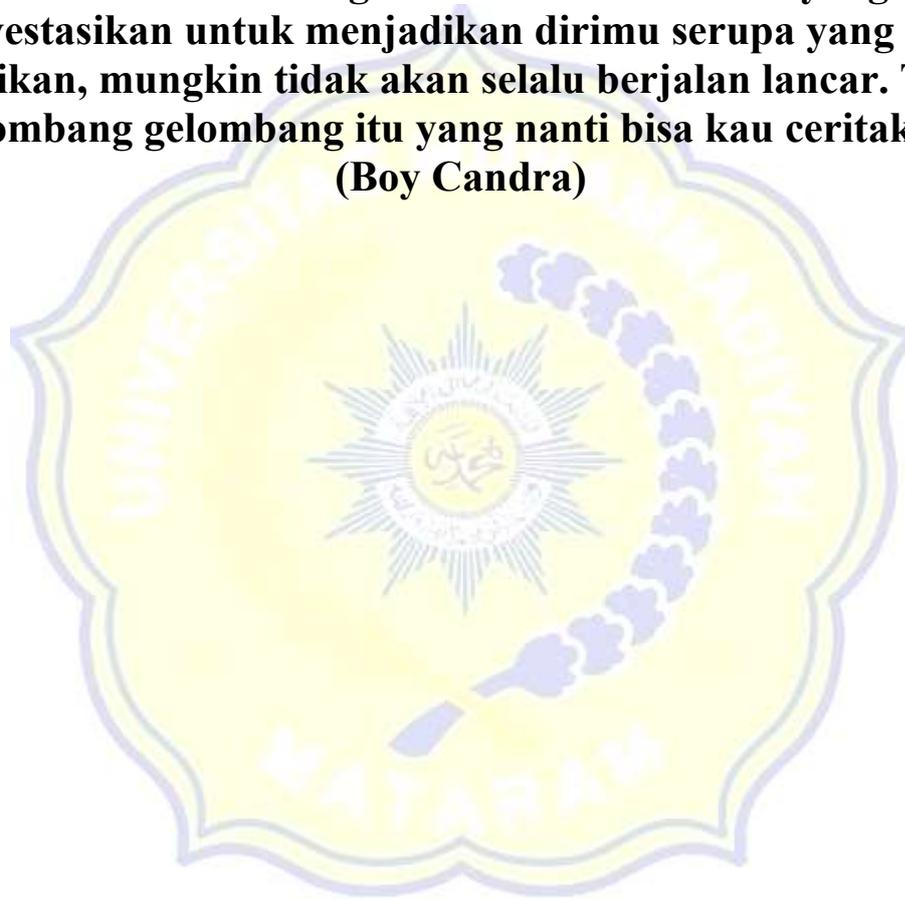


Iskandar, S.Sos.,M.A.  
NIDN. 0802048904

## MOTTO

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.” (Qs. Albaqarah : 286)**

**“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”  
(Boy Candra)**



## **PERSEMBAHAN**

**Karya ilmiah ini kupersembahkan:**

- 1. Kepada yang teristimewa Bapak Muda Riadi dan Ibu Susi Lawati yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orangtua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Terimakasih Bapak dan Ibu telah membuktikan kepada dunia bahwa anak petani bisa menjadi sarjana.**
- 2. Kepada cinta kasih kedua kakak laki-laki saya Rian Gunawan dan Syahrial. Terima kasih telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi serta telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.**
- 3. Kepada yang tersayang ketiga adik perempuan saya Septia Nur Avira, Penti Afriani dan Miftahul salwa. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adikku.**
- 4. Terimakasih kepada 19091343 yang dulu selalu menemani dan support saya, yang berjanji menanti kelulusan walaupun kenyataannya ia tak mampu menemani proses kelulusan hingga akhir. Namun, kini mampu menjadi pengalaman terbaik saya, menuntun dalam kedewasaan untuk belajar ikhlas dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempatan menghadapi dinamika hidup. Karena hidup setiap harinya adalah pembelajaran, setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya**
- 5. Teruntuk diri sendiri terimakasih sudah bertahan sampai saat ini. Untuk kedepannya ayo berkembang lebih jauh, lebih indah lagi dan lebih ceria lagi, you've been great for getting this far, don't let irresponsible people hurt u! someday you'll find that you are brighter than the star. Just be strong, just be brave and be sure. Yes you can!!**

## 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 saya menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, M.A. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Rahmad Hidayat, S.AP., M.AP. selaku Prodi Administrasi Publik yang telah memberikan izin penyusunan skripsi.
4. Bapak Drs. H.Mustamin H.Idris,MS. selaku Dosen Pembimbing Utama yang juga selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Rahmad Hidayat, S.AP., MAP. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang juga selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Bapak ibu dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan selama kuliah.
7. Orang tua tercinta yang telah banyak mendukung dan mensupport mendorong agar segera menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Mataram, Oktober 2023

Penulis

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah Yang Dilakukan Oleh Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Di Kabupaten Sumbawa Barat”** Penulis membuat skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Publik (S.AP).

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak kekurang tepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Mataram, Oktober 2023

Penulis

## **Analisis Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah Yang Dilakukan Oleh Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Di Kabupaten Sumbawa Barat**

Nur Afiza<sup>1</sup>, Mustamin H. Idris<sup>2</sup>, Rahmad Hidayat<sup>3</sup>  
Universitas Muhammdiyah Mataram<sup>123</sup>

### **ABSTRAK**

Perubahan ekonomi global, yang ditunjukkan oleh peristiwa seperti pandemi Covid-19 dan perang Rusia-Ukraina, telah memberikan dampak pada ekonomi negara-negara Asia, termasuk Indonesia. Salah satu sektor dalam ekonomi Indonesia yang terkena dampak baik secara langsung maupun tidak langsung adalah ranah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemberdayaan usaha kecil dan menengah serta kendala yang di hadapi oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat. Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data reduksi data, triangulasi dan menarik kesimpulan .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa Barat yaitu pertama memanfaatkan sumber daya manusia sebagai unsur paling fundamental dalam penguatan ekonomi. Kedua dari segi sumber daya alam yakni memanfaatkan kopi rarak hasil perkebunan lokal sebagai salah satu yang dapat membantu meggerakkan ekonomi masyarakat. Ketiga dari segi permodalan yakni bekerja sama dengan PD MES Sumbawa Barat dan Baznas Sumbawa Barat dalam membangun ekonomi syariah dengan membentuk koperasi syariah amanah mekar mandiri yang menjadi contoh bagi koperasi syariah lainnya. Keempat pada segi prasarana produksi dan pemasaran yakni membentuk KSB MALL. Kendala yang dihadapi yang pertama dari segi pendidikan, yakni masih banyak pelaku UMKM yang memiliki pendidikan rendah. Kedua dari segi modal, bahwa banyaknya sumber-sumber pembiayaan yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk mengembangkan usahanya, masih belum efektif karena dalam penggunaannya tidak dimanfaatkan untuk skala jangka panjang.

**Kata Kunci : Strategi, Pemberdayaan, Usaha Kecil dan Menengah.**

***Analysis of Small and Medium Enterprises Empowerment Strategies Conducted by  
the Office of Cooperatives, Industry and Trade  
In West Sumbawa Regency***

*Nur Afiza<sup>1</sup>, Mustamin H. Idris<sup>2</sup>, Rahmad Hidayat<sup>3</sup>  
Muhammadiyah University of Mataram<sup>1,2,3</sup>*

**ABSTRACT**

*Changes in the global economy, demonstrated by events such as the COVID-19 pandemic and the Russia-Ukraine war, have impacted the economies of Asian countries, including Indonesia. The Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector has experienced direct and indirect repercussions on the Indonesian economy. Determine the obstacles the Office of Cooperatives, Industry, and Trade encountered. The type of research used is descriptive qualitative. Data collection techniques are observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques include data reduction, triangulation and concluding. The results showed that the empowerment strategy carried out by the West Sumbawa Regency Industry and Trade Cooperative Office first utilizes human resources as the most fundamental element in strengthening the economy. Second, regarding natural resources, namely utilizing Rarak coffee from local plantations to help drive the community's economy. Thirdly, Amanah Mekar Mandiri is an example of a Sharia cooperative that collaborates with PD MES West Sumbawa and Baznas West Sumbawa to develop a Sharia economy. Fourthly, in terms of manufacturing and marketing infrastructure, including establishing KSB MALL. One initial challenge is the level of education among MSME participants, as many still have limited education. Secondly, the many finance sources available to MSMEs for business development are not effectively leveraged in the long term.*

***Keywords: Strategy, Empowerment, Small and Medium Enterprises.***

**MENGESAHKAN**  
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA  
MATARAM \_\_\_\_\_

**KEPALA**  
**UPT P3B**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Tinjauan Teori.....	9
C. Kerangka Berpikir.....	31
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
C. Jenis dan Sumber Data.....	33
D. Teknik Penentuan Informan dan Narasumber .....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34

F. Teknik Analisis Data.....	34
G. Validitas Data.....	36
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	39
B. Hasil Penelitian .....	45
1. Jumlah dan Klasifikasi UMKM .....	45
2. Strategi pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat .....	46
3. Kendala yang dihadapi dalam pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa Barat .....	61
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	



## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal.
4.1	Klarifikasi Usaha Tahun 2022 di Kabupaten Sumbawa Barat.....	45
4.2	Daftar Usaha yang Telah Terdaftar Atas HAKI.....	46
4.3	Daftar Peserta Pelatihan.....	48
4.4	Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	52



## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal.
2.1	Strategi Pemberdayaan UMKM.....	31
4.1	Struktur Organisasi Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa Barat (2023).....	41
4.2	Jumlah Pegawai PNS dan Non CPNS.....	43
4.3	Jumlah Pegawai PNS dan Non PNS Berdasarkan Golongan.....	43
4.4	Jumlah Pegawai PNS Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	44
4.5	Jumlah Pegawai Non PNS Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	44
4.6	Pelatihan Kewirausahaan Mandiri.....	47
4.7	Pelatihan Mini Exhibition oleh PT AMMAN Mineral dalam pelatihan pemanfaatan e-commers.....	48
4.8	<i>E-Commers</i> Pelaku UMKM Sumbawa Baarat.....	49
4.9	Produk Kopi Rarak Hasil Binaan Dinas Koperindag Kabupaten Sumbawa Barat.....	50
4.10	Gebyar UMKM.....	58
4.11	KSB MALL Oleh Dinas Koperindag Kabupaten Sumbawa Barat.....	60



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perubahan ekonomi global, yang ditunjukkan oleh peristiwa seperti pandemi Covid-19 dan perang Rusia-Ukraina, telah memberikan dampak pada ekonomi negara-negara Asia, termasuk Indonesia. Salah satu sektor dalam ekonomi Indonesia yang terkena dampak baik secara langsung maupun tidak langsung adalah ranah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Umumnya mencakup tiga jenis usaha-usaha kuliner yang melibatkan penjualan makanan atau produksi bahan baku, pengecer, dan berbagai layanan skala kecil hingga menengah (UMKM) merupakan kekuatan yang signifikan di Indonesia, memiliki potensi besar untuk memperkuat ekonomi negara.

UMKM memainkan peran penting dalam upaya meningkatkan ekonomi, menyamakan distribusi pendapatan, mengurangi kemiskinan, dan memberikan devisa melalui ekspor barang dan jasa serta dukungan wisatawan asing. Saat ini, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, mencapai sekitar 61,07% dari total PDB nasional, setara dengan IDR 8.573,89 triliun pada tahun 2022. UMKM juga menjadi penggerak utama lapangan kerja, melibatkan 97% dari total angkatan kerja, dan menarik sekitar 60,42% dari total investasi di Indonesia. Mengakui dampak signifikan UMKM terhadap pertumbuhan pendapatan dan ekonomi nasional, menjadi sangat penting bagi pemerintah untuk memberikan prioritas pada pengembangan dan pemberdayaan UMKM dengan mengatasi tantangan yang dihadapi oleh usaha-usaha ini.

Tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mencerminkan kesulitan yang dihadapi oleh bisnis pada umumnya, terutama terkait dengan modal yang terbatas. Banyak pengusaha UMKM mengalami kesulitan untuk mendapatkan sumber daya finansial yang memadai untuk pengembangan usaha mereka. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemerintah untuk memberikan prioritas dalam menangani masalah ini guna memfasilitasi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Selain masalah modal, tantangan yang signifikan lainnya dalam UMKM terkait dengan strategi pemasaran, saluran distribusi, dan pengelolaan keuangan. Dalam hal strategi pemasaran, banyak peserta UMKM masih jarang menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk mereka, sehingga terbatas dalam paparan kepada masyarakat luas. Selain itu, masalah muncul terkait dengan saluran distribusi, di mana banyak pelaku UMKM membatasi penawaran produk mereka hanya pada pasar yang sudah dikenal, yang dianggap tidak efektif untuk memperluas jangkauan produk mereka. Selain itu, masalah umum dalam UMKM terkait dengan pengelolaan keuangan, khususnya kurangnya laporan keuangan. Hal ini berisiko karena menghambat bisnis untuk melacak omzet bulanan dan keuntungan bersih. Jika tidak ditangani, tantangan-tantangan ini dapat menghambat dan bahkan membahayakan pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, strategi perlu diimplementasikan oleh pemerintah dan pemangku kepentingan bisnis.

Pemerintah telah memperkenalkan beberapa solusi untuk mengatasi tantangan ini, termasuk implementasi Undang-Undang Cipta Kerja. Salah satu ketentuannya berfokus pada kenyamanan, pemberdayaan, dan perlindungan

UMKM. Selain itu, inisiatif seperti program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan pembentukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bertujuan untuk memberikan bantuan keuangan kepada UMKM melalui fasilitas pinjaman. Langkah lainnya adalah pembentukan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BII), yang bertujuan untuk mempromosikan produk melalui platform digital.

Selanjutnya, upaya terakhir melibatkan perluasan ekspor produk Indonesia melalui AOSD (*Asean Online Sale Day*), suatu acara belanja bersama yang diselenggarakan di platform e-commerce di 10 negara ASEAN. Hingga saat ini, strategi atau arahan dari pemerintah pusat telah diimplementasikan oleh pemerintah daerah, baik di tingkat provinsi maupun kabupaten atau kota, seperti yang terlihat di provinsi Banten dan Kotawaringin Timur. Pemberdayaan UMKM telah dilaksanakan melalui kunjungan dan dukungan untuk memungkinkan UMKM berpartisipasi secara mandiri dalam ekspor. Selain itu, di provinsi Papua Barat Daya, strategi pemberdayaan UMKM telah ditingkatkan dengan Kompetisi dan Inovasi (Kedai) UMKM pada tahun 2023. Sementara itu, pemerintah provinsi Nusa Tenggara Barat telah mengenalkan kebijakan, termasuk bantuan keuangan kepada UMKM, seperti penyaluran kredit program KUR Mikro senilai 3.84972 triliun kepada 112,640 debitur. Selain itu, Super Mikro mendapatkan 111.981 miliar untuk 11,781 debitur. Saat melihat sektor bisnis, penyaluran terbesar terjadi pada sektor perdagangan besar dan eceran, mencapai 2.480.44 triliun dari target 1.908.68 triliun, menyumbang 43.99% dari total penyaluran.

Pendekatan-pendekatan ini juga berlaku di Kabupaten Sumbawa Barat, yang memiliki 6.042 UMKM pada tahun 2020 dan meningkat menjadi 7.829 pada tahun 2021 (Data Satu NTB, 2022). Meski begitu, masih terdapat berbagai

tantangan yang perlu mendapatkan perhatian dari semua pihak. Isu paling mendasar di Kabupaten Sumbawa Barat terkait dengan rendahnya produktivitas UMKM. Rendahnya produktivitas ini disebabkan oleh kualitas sumber daya manusia UMKM yang kurang memadai, terutama dalam bidang manajemen, penguasaan teknologi, dan pemasaran. Selain itu, UMKM di Sumbawa Barat juga menghadapi kendala akses terbatas ke sumber daya produktif, terutama dalam hal modal, teknologi, informasi, dan pasar. Hingga saat ini, banyak pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah yang mengeluhkan tentang perkembangan bisnis mereka karena kekurangan modal keuangan. Sejumlah usaha juga mengalami kegagalan atau kebangkrutan akibat kesulitan dalam pengelolaan keuangan.

Pemerintah, di bawah kepemimpinan Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati dan instansi terkait, terus berupaya mengatasi permasalahan dan mengembangkan UMKM. Upaya-upaya tersebut mencakup pembangunan infrastruktur, baik fisik seperti jalan raya, rel kereta api, jembatan, dan bandara, maupun konektivitas digital melalui proyek Satelit Palapa Ring dan Base Transceiver Station. Tujuan dari infrastruktur digital ini adalah untuk menghubungkan sekitar 20.000 desa terpencil di Indonesia secara digital, memberikan akses yang lebih baik bagi pelaku UMKM di daerah terpencil. Selain itu, program pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat dan pembiayaan Ultra Mikro juga diperkenalkan. Pemerintah juga terus mendorong digitalisasi UMKM dan meningkatkan sinergi dan koordinasi antara pemerintah dan pemangku kepentingan.

Meskipun demikian, berdasarkan kebijakan dan konsep solusi yang telah diimplementasikan oleh pemerintah, masih terdapat pelaku UMKM yang

mengalami kendala terkait modal, strategi pemasaran, jalur distribusi, dan pengelolaan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa solusi yang telah diterapkan oleh pemerintah belum sepenuhnya dapat diakses dengan baik oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan strategi-strategi dari Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan untuk menghubungkan solusi-solusi pemerintah dengan pelaku UMKM secara lebih efektif. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka sangat menarik bagi penulis untuk mengangkat permasalahan tentang bagaimana strategi pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam menjelaskan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan dalam Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Sumbawa Barat?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa barat?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat.

2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah di Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dari setiap penelitian tentunya akan diperoleh hasil yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi penelitian maupun pihak lain yang membutuhkan. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Sebagai prasyarat dan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Publik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi acuan bagi Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat dalam pemberdayaan masyarakat (UKM).

3. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai Hasil sumber data atau informasi bagi calon peneliti yang tertarik untuk menganalisis strategi pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan daerah khususnya di Kabupaten Sumbawa Barat.
- c. Peneliti dapat menambah wawasan dengan menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh di lapangan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Banyak penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini, termasuk penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi & Ilhami (2018) berjudul "Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Peternakan Ayam Organik (Studi pada Koperasi Hidayah di Sumatera Utara)." Metodologi penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dengan menggunakan metode penelitian lapangan. Subjek penelitian adalah peternak ayam organik yang bekerja sama dengan Koperasi Hidayah, khususnya Bapak Man, Bapak Syahdan, dan Bapak Riduan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh Koperasi Hidayah berfokus pada peningkatan pengetahuan, pengawasan, dan solusi untuk peternakan ayam organik di Medan, khususnya dalam mengatasi masalah kualitas bibit yang kurang baik. Selain itu, kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang kesehatan juga berkontribusi terhadap kegagalan dalam budidaya ayam organik di Kota Medan. Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan metode penelitian kualitatif deskriptif, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan jumlah subjek.

Penelitian yang relevan lainnya dilakukan oleh Abidin Ali & Dharma (2017) berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan." Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menerapkan wawancara, observasi langsung di lapangan, dan analisis bahan tertulis sebagai sumber data utama. Subjek penelitian

adalah kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Tangerang Selatan. Temuan menunjukkan bahwa upaya perkembangan UMKM, seperti pelatihan, bimbingan teknis, dan lokakarya kewirausahaan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan, memberikan dampak positif bagi beberapa pelaku UMKM. Namun, tidak semua UMKM mampu mengimplementasikan pelatihan yang diberikan dengan efektif. Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan penelitian kualitatif deskriptif dan subjek penelitian, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan jumlah subjek.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Astarti (2019) berjudul "Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)." Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan subjek penelitian meliputi Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat, Kepala Bidang UKM, dan para pelaku usaha yang menerima bantuan hibah dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat untuk mengembangkan UMKM melibatkan penguatan melalui program kerja untuk pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM, termasuk promosi produk, strategi pemberdayaan yang diimplementasikan melalui program pengembangan kewirausahaan, dan penciptaan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan penelitian kualitatif deskriptif, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

## **B. Tinjauan Teoritis**

### **1. Pengertian Analisis**

Analisis merupakan proses pencarian dan strukturisasi data secara sistematis yang diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Ini mencakup pengkategorian data, penjelasan unit, sintesis informasi, identifikasi pola, penentuan prioritas pada hal yang penting untuk dipelajari, dan penarikan kesimpulan untuk memudahkan pemahaman baik bagi diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2019).

Analisis merupakan usaha kognitif yang memecah suatu keseluruhan menjadi komponen-komponen, memahami indikasi dari komponen-komponen tersebut, hubungan mereka, dan peran mereka dalam kesatuan yang terpadu (Komaruddin, 1978). Dalam konteks ini, analisis adalah suatu usaha yang melibatkan pemeriksaan sesuatu melalui pengaturan, pemecahan, pengkhususan, dan klasifikasi berdasarkan kriteria tertentu, dengan tujuan memperoleh pemahaman menyeluruh tentang kondisi, kemampuan, keterampilan, dan aspek lain dari objek yang diteliti (Freddy 2014).

### **2. Pengertian dan Ruang Lingkup Strategi**

#### **a. Pengertian**

Strategi awalnya digunakan dalam konteks militer, dan mendapatkan perhatian di kalangan organisasi baru pada pertengahan tahun 1960-an hingga 1970-an. Pentingnya mempelajari strategi terletak pada perannya sebagai kerangka kerja untuk menyelesaikan berbagai masalah dalam sebuah organisasi, terutama yang terkait dengan persaingan. Untuk memahami konsep strategi dalam lingkup penelitian ini,

berbagai definisi strategi oleh (Hidayat & Andarini, 2020) disajikan.

Istilah "strategi" berasal dari kata Yunani "strategos," yang berarti "jenderal." Oleh karena itu, strategi secara harfiah dipahami sebagai seni perang yang dipimpin oleh para jenderal dalam peperangan. Seperti yang diungkapkan oleh Robert Ernest Wood, Ketua Dewan Sears, Roebuck & Co, bisnis atau perusahaan dapat dianggap sebagai medan pertempuran. Dalam konteks modern, strategi erat kaitannya dengan bagaimana manajemen puncak suatu organisasi atau perusahaan harus merumuskan taktik untuk memenangkan persaingan yang ketat (Fuadi et al., 2021).

Chandler (Andayani, 2021) lebih menegaskan hal ini, memberikan definisi pertama strategi dengan menyatakan bahwa strategi mencakup tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, beserta penggunaan dan alokasi sumber daya penting untuk mencapai tujuan tersebut. Argyris Mintzberg, Miner menggambarkan strategi sebagai respons berkelanjutan dan adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal, serta kekuatan dan kelemahan internal yang mempengaruhi organisasi. Andrew, Chaffe menyatakan bahwa strategi berfungsi sebagai kekuatan motivasi bagi para pemangku kepentingan, termasuk manajer, karyawan, konsumen, komunitas, dan pemerintah, yang secara langsung atau tidak langsung mengalami manfaat atau biaya akibat tindakan perusahaan.

Hammel dan Prahalad menyatakan bahwa strategi adalah tindakan yang terus-menerus dan terus berkembang berdasarkan antisipasi harapan pelanggan di masa depan. Oleh karena itu, perencanaan strategis umumnya dimulai dengan mempertimbangkan "apa yang bisa terjadi" daripada

dimulai dengan penilaian "apa yang sedang terjadi." Kecepatan inovasi di pasar baru dan perubahan perilaku konsumen menuntut pengembangan kompetensi inti. Dengan demikian, perusahaan perlu aktif mencari dan mengembangkan kompetensi inti dalam domain bisnis mereka masing-masing.

Pengertian strategi yang dikemukakan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah tindakan yang diambil dari beberapa pilihan yang kemudian diputuskan oleh perusahaan atau organisasi secara terus-menerus guna mencapai tujuan perusahaan atau organisasi.

#### b. Tipe-tipe Strategi

Menurut Fredy (Fitrah et al., 2023) pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.

- 1) Strategi Manajemen melibatkan penerapan berbagai pendekatan oleh manajemen, mengadopsi perspektif pengembangan strategi yang bersifat makro. Pendekatan ini mencakup strategi seperti pengembangan produk, penetapan harga, akuisisi, pengembangan pasar, keuangan, dan lainnya.
- 2) Strategi Investasi adalah upaya terfokus yang terkait dengan investasi. Sebagai contoh, hal ini melibatkan keputusan apakah sebuah perusahaan bertujuan untuk mengadopsi strategi pertumbuhan yang agresif, strategi penetrasi pasar, strategi kelangsungan hidup, strategi membangun kembali divisi baru, atau strategi investasi.
- 3) Strategi Bisnis umumnya dikenal sebagai strategi bisnis fungsional karena berpusat pada aspek fungsional manajemen. Ini melibatkan

strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi yang terkait dengan keuangan.

c. Tahap Formulasi Strategi

Proses perumusan atau implementasi strategi dimulai dengan menentukan visi, misi, dan nilai. Selanjutnya, melibatkan penilaian terhadap lingkungan internal dan eksternal melalui analisis dan pemeriksaan. David menyarankan bahwa penentuan strategi utama melibatkan penggunaan berbagai matriks dalam tiga tahap implementasi, sebagaimana diuraikan oleh Ritonga pada tahun 2020:

1) Tahap 1: Tahap masukan

Pembuat strategi merangkum semua informasi dasar mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan yang diperlukan dalam merumuskan strategi.

2) Tahap 2: Tahap pencocokan

Identifikasi alternatif strategi dilakukan oleh pembuat strategi dengan memadankan informasi input berupa faktor eksternal dan internal yang diperoleh pada tahap input. Pada tahap pencocokan ini, identifikasi dilakukan hanya dengan menggunakan matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threat*).

3) Tahap 3: Tahap kelanjutan

Metode ini direkomendasikan kepada para ahli strategi sebagai alat untuk secara objektif mengevaluasi pilihan strategi alternatif. Evaluasi didasarkan pada faktor kunci kesuksesan internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Secara konseptual, tujuan dari

metode ini adalah menilai daya tarik relatif dari berbagai strategi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana yang paling optimal untuk diimplementasikan.

#### d. Analisis SWOT

##### 1) Pengertian

Analisis SWOT berfungsi sebagai pendekatan perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dalam suatu proyek atau organisasi bisnis. Ini juga diterapkan untuk mengevaluasi lini produk, mencakup aspek internal dan aspek pesaing. Analisis dilakukan dengan menetapkan tujuan bisnis atau mengidentifikasi subjek yang akan dianalisis. Faktor internal diklasifikasikan sebagai Kekuatan dan Kelemahan, sementara faktor eksternal diakui sebagai Peluang dan Ancaman (Freddy Rangkuti, 2014).

Menurut Pearce dan Robinson, SWOT mencerminkan Kekuatan dan Kelemahan internal suatu perusahaan, bersama dengan Peluang dan Ancaman eksternal yang dihadapi dalam lingkungannya. Analisis SWOT mengikuti pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi faktor dan strategi yang dapat bekerja secara efektif bersama-sama. Asumsi dasarnya adalah bahwa strategi yang efektif seharusnya memaksimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman. Ketika diterapkan dengan tepat, asumsi sederhana ini secara signifikan membentuk perumusan strategi yang berhasil. Secara logis, analisis ini dapat berkontribusi pada proses pengambilan keputusan, sejalan dengan visi, misi, dan tujuan perusahaan. Oleh karena itu, analisis SWOT terbukti

sebagai alat berharga untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perusahaan selama proses pengambilan keputusan untuk menentukan strateginya (Pearce 2013).

## 2) Faktor- Faktor dalam Analisis SWOT

Menurut (Mahfud 2020) faktor-faktor dalam analisis SWOT terdiri dari :

### a) Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan merujuk pada sumber daya dan kemampuan di bawah kendali atau tersedia bagi sebuah perusahaan, memungkinkan untuk melampaui pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya. Kelebihan ini berasal dari sumber daya dan kompetensi yang dimiliki oleh perusahaan. Mereka dapat melibatkan sumber daya keuangan, citra merek, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli, pemasok, dan berbagai faktor lainnya.

Kekuatan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus dalam organisasi tersebut yang menghasilkan penguasaan keunggulan kompetitif oleh unit bisnis di pasar. Ini diungkapkan karena unit bisnis memiliki keterampilan, produk andalan, dan elemen lain yang meningkatkan keunggulannya dibandingkan pesaing dalam memenuhi kebutuhan pasar yang direncanakan akan dilayani oleh unit bisnis yang bersangkutan.

### b) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merujuk pada kendala atau kekurangan yang ditemukan dalam satu atau lebih sumber daya atau kemampuan sebuah

perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Kelemahan ini menghambat pemenuhan kebutuhan pelanggan secara efektif. Secara praktis, keterbatasan dan kekurangan ini dapat terlihat dalam keberadaan atau ketiadaan fasilitas dan infrastruktur, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang kurang diminati atau kurang disukai oleh konsumen atau pengguna potensial, dan tingkat keuntungan yang tidak memadai. Kekuatan dan kelemahan internal adalah aspek-aspek organisasi yang dapat dikontrol dan dilaksanakan dengan baik atau buruk. Faktor-faktor ini muncul dalam berbagai bidang seperti manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan, dan sebagainya.

c) Peluang (*Opportunities*)

Peluang merujuk pada kondisi menguntungkan utama dalam lingkungan suatu perusahaan. Salah satu sumber peluang adalah tren utama. Identifikasi terhadap segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/regulasi, perubahan teknologi, dan peningkatan hubungan dengan pembeli/pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

d) Ancaman (*Threats*)

Ancaman melibatkan kondisi yang signifikan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, berfungsi sebagai hambatan penting bagi perusahaan untuk mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Tantangan terhadap kesuksesan perusahaan dapat

muncul dari masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, peningkatan kekuatan tawar menawar dari pembeli/pemasok kunci, pergeseran teknologi, dan perubahan atau pembaruan dalam regulasi.

Sementara kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal dari suatu perusahaan, peluang dan ancaman mewakili faktor eksternal yang dihadapi oleh perusahaan. Analisis SWOT terbukti sebagai alat yang efektif untuk evaluasi strategis, dengan efektivitasnya tergantung pada kemampuan strategis perusahaan untuk memaksimalkan peran kekuatan dan memanfaatkan peluang. Metodologi ini berfungsi sebagai mekanisme untuk mengurangi kelemahan internal perusahaan dan meredakan dampak ancaman yang muncul yang memerlukan perhatian.

### 3) Analisis Matriks SWOT

Untuk merumuskan suatu rencana, penting untuk mengevaluasi faktor-faktor baik eksternal maupun internal. Analisis terhadap elemen-elemen ini seharusnya mengungkap kekuatan yang dimiliki oleh suatu organisasi dan menunjukkan kelemahan yang ada di dalamnya. Sementara itu, pemeriksaan terhadap faktor-faktor eksternal seharusnya mengungkap peluang yang dapat diakses oleh organisasi dan mengenali ancaman yang dihadapi oleh organisasi tersebut. Untuk analisis SWOT yang lebih mendalam, sangat penting untuk memandang faktor-faktor eksternal dan internal sebagai elemen-elemen pokok dalam analisis SWOT (Sari 2017), yang meliputi:

a) Faktor eksternal ini mempengaruhi opportunities and threats (O dan

T). Faktor ini mengacu pada situasi yang terjadi di luar perusahaan yang berpengaruh pada proses pengambilan keputusan perusahaan. Faktor ini melibatkan lingkungan industri (*industry environment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), termasuk aspek ekonomi, politik, hukum, teknologi, demografi, dan budaya sosial.

b) Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths and weaknesses (S dan W). Faktor ini mengacu pada kondisi yang terjadi di dalam perusahaan dan memiliki dampak signifikan pada proses pengambilan keputusan perusahaan. Faktor internal ini mencakup berbagai manajemen fungsional, seperti pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan.

Matriks SWOT memiliki kemampuan untuk mengilustrasikan bagaimana perusahaan mengantisipasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dengan memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT memudahkan perumusan berbagai strategi. Pada dasarnya, strategi alternatif yang dipilih harus difokuskan pada upaya memanfaatkan kekuatan, memperbaiki kelemahan, mengambil peluang bisnis, dan mengatasi ancaman. Dengan demikian, dari matriks SWOT tersebut, empat kelompok alternatif strategi dapat diperoleh, yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. Setiap alternatif strategi tersebut memiliki ciri khas masing-masing (Rahmadiyah *et al.* 2023):

a) Strategi SO (*Strenght- Opportunity*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

b) Strategi ST (*Strenght- Threath*)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman- ancaman yang ada.

c) Strategi WO (*Weakness- Opportunity*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d) Strategi WT (*Weakness- Threath*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman.

Tabel 2.1 Matriks SWOT

	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<i>Threats</i>	<p>ST</p> <p>Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman</p>	<p>WT</p> <p>Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman</p>
<i>Opportunities</i>	<p>SO</p> <p>Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang</p>	<p>WO</p> <p>Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang</p>

Sumber : (Freddy Rangkuti, 2014)

Setelah menggunakan matriks strategi SWOT, langkah selanjutnya adalah melakukan positioning untuk menilai posisi BMT yang sedang dibahas. Karena pengaruh aspek internal dan eksternal terhadap bisnis BMT

dapat bervariasi, maka dalam proses positioning, perlu dilakukan pembobotan terhadap aspek-aspek tertentu (Nafi'ah 2017).

### **3. Pengertian dan Ruang Lingkup Pemberdayaan**

#### **a. Pengertian**

Secara etimologis, istilah "Pemberdayaan" berakar pada kata "memberdayakan," yang membawa dua makna yang berbeda. Pertama dan yang paling utama, melibatkan pemberian kekuasaan, transfer kekuatan, atau penyerahan otoritas kepada orang lain. Kedua, menunjukkan upaya untuk meningkatkan kemampuan (Lagantondo et al., 2023). Dalam interpretasi pertama, itu menyiratkan memberikan kekuasaan, mentransfer kekuatan, atau menyerahkan otoritas kepada orang lain, sedangkan dalam pengertian kedua, itu mewakili upaya untuk memberikan kapasitas atau pemberdayaan.

Mengembangkan konsep pemberdayaan, Sumodiningrat (1996) sebagaimana dikutip dalam (Hasdiansyah, 2023) mengusulkan, "Pemberdayaan mencakup dua makna yang saling terkait: memandang masyarakat yang belum berkembang sebagai subjek yang harus diberdayakan dan mengakui pihak yang peduli sebagai pihak yang memberdayakan." "Pembangunan yang berorientasi pada pemberdayaan memberikan kesempatan bagi setiap anggota masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan, memastikan kesempatan yang sama, dan menikmati manfaat pembangunan yang sejalan dengan kapasitas mereka."

Upaya pemberdayaan dapat dianalisis dari tiga perspektif: Pertama, menciptakan suasana yang mendukung perkembangan potensi masyarakat. Kedua, memperkuat potensi ekonomi atau kekuatan yang dimiliki oleh masyarakat; fokus utamanya adalah peningkatan tingkat pendidikan dan standar kesehatan, bersama dengan memastikan akses ke faktor kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, lapangan kerja, dan pasar. Ketiga, pemberdayaan melalui pengembangan ekonomi rakyat melibatkan mencegah dan melindungi masyarakat dari disparitas ekonomi sambil menumbuhkan rasa persatuan dan kemitraan antara yang sudah maju dengan yang belum berkembang.

Sementara itu, Totok dan Poerwoko (Srayan Atmaja et al., 2022) memberikan definisi pemberdayaan sebagai suatu proses yang melibatkan serangkaian tindakan untuk memperkuat dan/atau mengoptimalkan pemberdayaan (dalam hal kemampuan dan/atau keunggulan kompetitif) kelompok rentan dalam masyarakat, termasuk individu yang menghadapi tantangan kemiskinan. Proses pemberdayaan, yang didefinisikan sebagai kemampuan untuk berpartisipasi, memanfaatkan peluang, dan/atau mengakses sumber daya dan layanan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup, dapat diartikan sebagai upaya yang terencana untuk meningkatkan skala atau meningkatkan fungsionalitas objek yang diberdayakan.

Mengacu pada kebijakan pemerintah yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil, pemberdayaan

dikarakterisasikan sebagai suatu inisiatif yang diadopsi bersama oleh pemerintah, sektor bisnis, dan masyarakat. Inisiatif ini berbentuk penumbuhan iklim bisnis yang kondusif, memberikan panduan, dan menggalakkan pembangunan, dengan tujuan memungkinkan pertumbuhan dan penguatan usaha kecil menjadi entitas yang tangguh dan mandiri. Lingkungan bisnis, dalam konteks ini, mencerminkan kondisi yang diperjuangkan oleh pemerintah melalui pembentukan berbagai peraturan dan kebijakan di berbagai ranah ekonomi. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa usaha kecil memperoleh kepastian, peluang yang sama, dan dukungan menyeluruh, memberdayakan mereka untuk berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Sejalan dengan itu, panduan dan pembangunan mencerminkan upaya bersama oleh pemerintah, sektor bisnis, dan masyarakat, melibatkan pemberian dukungan dan penguatan untuk membina dan meningkatkan kapasitas usaha kecil, menjadikannya tangguh dan mandiri.

b. Prinsip-prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Ada empat prinsip yang umumnya diterapkan untuk menjamin keberhasilan program pemberdayaan, yaitu prinsip kesetaraan, partisipasi, swadaya atau kemandirian, dan keberlanjutan (Rasetio & Puspitasari, 2019). Untuk lebih rinci, prinsip-prinsip tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1) Prinsip Kesetaraan

Pedoman utama yang harus diikuti dalam proses pemberdayaan masyarakat adalah memastikan kesetaraan atau paritas dalam hubungan antara masyarakat dan organisasi yang melaksanakan inisiatif pemberdayaan

masyarakat, tanpa memandang jenis kelamin. Dinamika yang telah dibangun berfokus pada memupuk kemitraan yang setara melalui pembuatan mekanisme yang memfasilitasi pertukaran berbagai pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan. Peserta mengakui kelebihan dan kekurangan masing-masing, sehingga mendorong proses pembelajaran kolaboratif.

## 2) Partisipasi

Program pemberdayaan masyarakat yang mendorong kemandirian ditandai dengan keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi. Namun, mencapai tingkat tersebut memerlukan komitmen yang sungguh-sungguh terhadap pemberdayaan masyarakat dan melibatkan waktu serta proses pendampingan..

## 3) Keswadayaan atau kemandirian

Idea inti dari swadaya adalah mengakui dan memberikan prioritas pada kemampuan masyarakat daripada mengandalkan bantuan eksternal. Prinsip ini menolak pandangan bahwa individu yang hidup dalam kemiskinan adalah penerima yang tak berdaya dan sebaliknya, melihat mereka sebagai individu dengan kemampuan terbatas. Mereka memiliki kemampuan untuk menabung, memiliki pengetahuan mendalam tentang tantangan bisnis mereka, menyadari lingkungan sekitar, memiliki tenaga kerja, kemauan, dan mematuhi norma-norma masyarakat yang sudah mapan. Semua kemampuan ini seharusnya diidentifikasi dan dimanfaatkan sebagai aset fundamental dalam proses pemberdayaan. Bantuan dari pihak lain dalam bentuk sumber daya harus dianggap sebagai pelengkap, memastikan bahwa bantuan

tersebut tidak melemahkan swadaya masyarakat. Prinsip "mulailah dengan apa yang mereka miliki" menjadi panduan untuk pengembangan pemberdayaan masyarakat. Sementara itu, dukungan teknis yang terencana bertujuan untuk membangun kapasitas sehingga pada akhirnya, pengelolaan dapat dialihkan kepada masyarakat itu sendiri yang telah terorganisir untuk mengatasi tantangan yang dihadapinya.

Untuk menjamin dampak yang berkelanjutan, inisiatif pemberdayaan harus dirancang dengan keberlanjutan sebagai fokus, mengakui bahwa pada awalnya, peran fasilitator mungkin lebih dominan daripada masyarakat itu sendiri. Seiring waktu, keterlibatan fasilitator akan berkurang, akhirnya dihilangkan karena masyarakat telah mampu mengelola kegiatannya secara independen. Selain dari prinsip ini, terdapat berbagai prinsip pemberdayaan dalam ranah pekerjaan sosial, yang menekankan pemberdayaan sebagai proses kolaboratif pekerja sosial dan masyarakat harus bekerja sama sebagai partner (Lesnussa, 2019).

#### **4. Konsep Strategi Pemberdayaan Masyarakat**

Untuk mencapai kesuksesan dalam upaya pemberdayaan ekonomi, penting memiliki faktor-faktor pendorong yang dapat meningkatkan terjadinya pemberdayaan. Faktor-faktor yang mendorong pemberdayaan ekonomi meliputi hal berikut (Tajuddin et al., 2023) :

##### **a. Sumber daya manusia**

Pengembangan sumber daya manusia adalah elemen penting dalam setiap inisiatif pemberdayaan ekonomi. Oleh karena itu, penanganan pengembangan sumber daya manusia dalam konteks pemberdayaan

ekonomi perlu dilakukan secara serius, mengingat bahwa sumber daya manusia adalah landasan utama penguatan ekonomi. Indikator-indikator sumber daya manusia mencakup:

1) Kualitas intelektual (pengetahuan dan keterampilan)

Memiliki pengetahuan dan keahlian dalam ranah ilmu pengetahuan dan teknologi yang sejalan dengan persyaratan industrialisasi.

2) Pendidikan

Memiliki tingkat pendidikan yang bervariasi dan berkualitas, serta keterampilan yang sesuai dengan memperhatikan perkembangan dinamika lapangan kerja.

b. Sumber daya alam

Sumber daya alam memainkan peran penting sebagai aset pembangunan dalam proses pemberdayaan ekonomi, berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan standar hidup masyarakat. Sumber daya ini telah dimanfaatkan sejak zaman kuno, melibatkan gaya hidup tradisional hingga periode modern dan industrialisasi. Di ranah ekonomi, sumber daya alam dikategorikan menjadi dua kelompok:

1) *Exhaustability*

Kemungkinan penghentian pemanfaatannya dapat terjadi karena biaya produksinya melebihi pendapatan yang diharapkan dari pemanfaatannya.

2) *Inexhaustability*

Pemanfaatannya dapat berlanjut secara ekonomis karena tetap menguntungkan meskipun digunakan dalam jumlah kecil dalam periode tertentu.

### c. Permodalan

Injeksi modal merujuk pada penyediaan dana yang tidak menciptakan ketergantungan pada masyarakat dan berpotensi mendorong kemajuan usaha mikro, kecil, dan menengah. Modal ini dapat dikategorikan menjadi empat jenis, yang meliputi:

#### 1) Modal sendiri dan modal pinjaman

Sumber modal dapat berasal dari internal dan membutuhkan waktu yang cukup lama, sementara modal pinjaman diperoleh dari eksternal.

#### 2) Modal tambahan

Pinjaman modal dari bank atau keluarga atau lembaga keuangan lainnya

#### 3) Tantangan dalam mendapatkan akses ke sumber modal dari luar

Tantangan dalam memperoleh modal eksternal

#### 4) Perkembangan usaha akan terjadi setelah mendapatkan penambahan modal.

### d. Prasarana produksi dan pemasaran

Meningkatkan produktivitas dan mendorong pertumbuhan bisnis merupakan elemen penting sebagai dasar infrastruktur produksi dan pemasaran. Pemasaran yang tidak efektif dari hasil produksi dapat membuat upaya menjadi sia-sia. Ini menjadi aspek kunci dalam memberdayakan masyarakat secara ekonomi, menekankan pentingnya memiliki infrastruktur produksi dan pemasaran sebagai langkah krusial untuk memfasilitasi pemberdayaan (Mustanir et al., 2023).

## 5. Pengertian dan Ruang Lingkup UMKM

### a. Pengertian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang umumnya dikenal sebagai UMKM, merupakan komponen penting dalam perekonomian suatu negara atau daerah, termasuk Indonesia. UMKM memainkan peran kunci dalam mendorong kegiatan ekonomi dalam masyarakat. Selain itu, mereka memberikan kontribusi yang signifikan dalam menciptakan peluang pekerjaan baru, membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja, dan mendirikan unit-unit baru yang menggunakan bakat-bakat baru, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan rumah tangga. Selain itu, UMKM menunjukkan fleksibilitas yang mencolok dibandingkan dengan perusahaan yang lebih besar. Usaha-usaha ini memerlukan perhatian dan dukungan khusus melalui informasi yang akurat untuk membentuk hubungan bisnis yang terfokus antara pengusaha kecil dan menengah dengan elemen-elemen krusial dalam daya saing bisnis, seperti jaringan pasar (Tajuddin et al., 2023).

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah :

- 1) Usaha produktif yang dimiliki oleh individu dan/atau entitas bisnis perorangan yang memenuhi kriteria yang diatur dalam Undang-Undang ini dianggap sebagai Usaha Mikro.
- 2) Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dijalankan oleh individu atau entitas bisnis, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau terkait secara langsung atau tidak langsung dengan Usaha Menengah atau

Usaha Besar, dikategorikan sebagai Usaha Kecil berdasarkan kriteria yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini.

3) Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dijalankan oleh individu atau entitas bisnis, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau terkait secara langsung atau tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar, diklasifikasikan sebagai Usaha Menengah, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang diatur oleh Undang-Undang ini.

Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Arizali AUFAR, 2014) dijelaskan sebagai berikut: Usaha Kecil (UK), yang mencakup Usaha Mikro (UMI), merujuk pada entitas usaha dengan kekayaan bersih tidak melebihi Rp. 200.000.000, tidak termasuk aset tanah dan bangunan yang digunakan untuk usaha, dan penjualan tahunan hingga Rp. 1.000.000.000. Sebaliknya, Usaha Menengah (UM) adalah entitas usaha yang dimiliki oleh warga negara Indonesia dengan kekayaan bersih melebihi Rp. 200.000.000 hingga Rp. 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Secara ringkas, UMKM adalah usaha yang dimiliki oleh individu atau entitas usaha yang bersifat independen dari perusahaan lain, dengan batasan tertentu pada modal usaha mereka.

Berdasarkan Keputusan Presiden No. 99 tahun 1998, Usaha Kecil dan Menengah didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, sebagian besar terdiri dari kegiatan usaha kecil, dan perlu dilindungi

untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat..

b. Kriteria dan Klasifikasi UMKM

Agar dapat membedakan UMKM diperlukan kriteria dan klasifikasi tertentu dalam menggolongkan UMKM. Menurut Undang- Undang No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut :

1) Kriteria Usaha Mikro :

- a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00(tiga ratus juta rupiah).

2) Kriteria Usaha Kecil:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Kriteria Usaha Menengah

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat

usaha; atau

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut (Tambunan, 2021), UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu:

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)

c. Peranan UKM

Peranan UKM menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen (Viana et al., 2022) :

- 1) Departemen Perindustrian dan Perdagangan
- 2) Departemen Koperasi dan UKM

Namun demikian, usaha pengembangan yang dilaksanakan belum terlihat hasil yang memuaskan, kenyataannya kemajuan UKM masih sangat kecil dibandingkan dengan usaha besar.

d. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM antara lain meliputi (Rainanto, 2019) :

Faktor Internal:

- 1) Kurangnya pendanaan menjadi kebutuhan utama untuk pengembangan suatu entitas bisnis. Ketidacukupan modal bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering kali berasal dari kenyataan bahwa bisnis-bisnis ini umumnya bersifat perorangan atau perusahaan tertutup.
- 2) Sumber Daya Manusia yang Terbatas. Keterbatasan sumber daya manusia dalam usaha kecil, mencakup pendidikan formal dan pengetahuan, secara signifikan memengaruhi pengelolaan operasionalnya. Akibatnya, bisnis-bisnis ini menghadapi kesulitan untuk mencapai perkembangan yang optimal.
- 3) Jaringan Bisnis yang Lemah dan Kemampuan Penetrasi Bisnis yang Terbatas. Dengan jaringan bisnis yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi yang rendah, terdapat batasan pada jumlah dan kualitas kompetitif produk yang dihasilkan.

Faktor Eksternal:

- 1) Meskipun pemerintah berupaya mendorong pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), lingkungan bisnis masih belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat dari adanya persaingan yang tidak sehat antara pemilik usaha kecil dan entitas usaha besar.

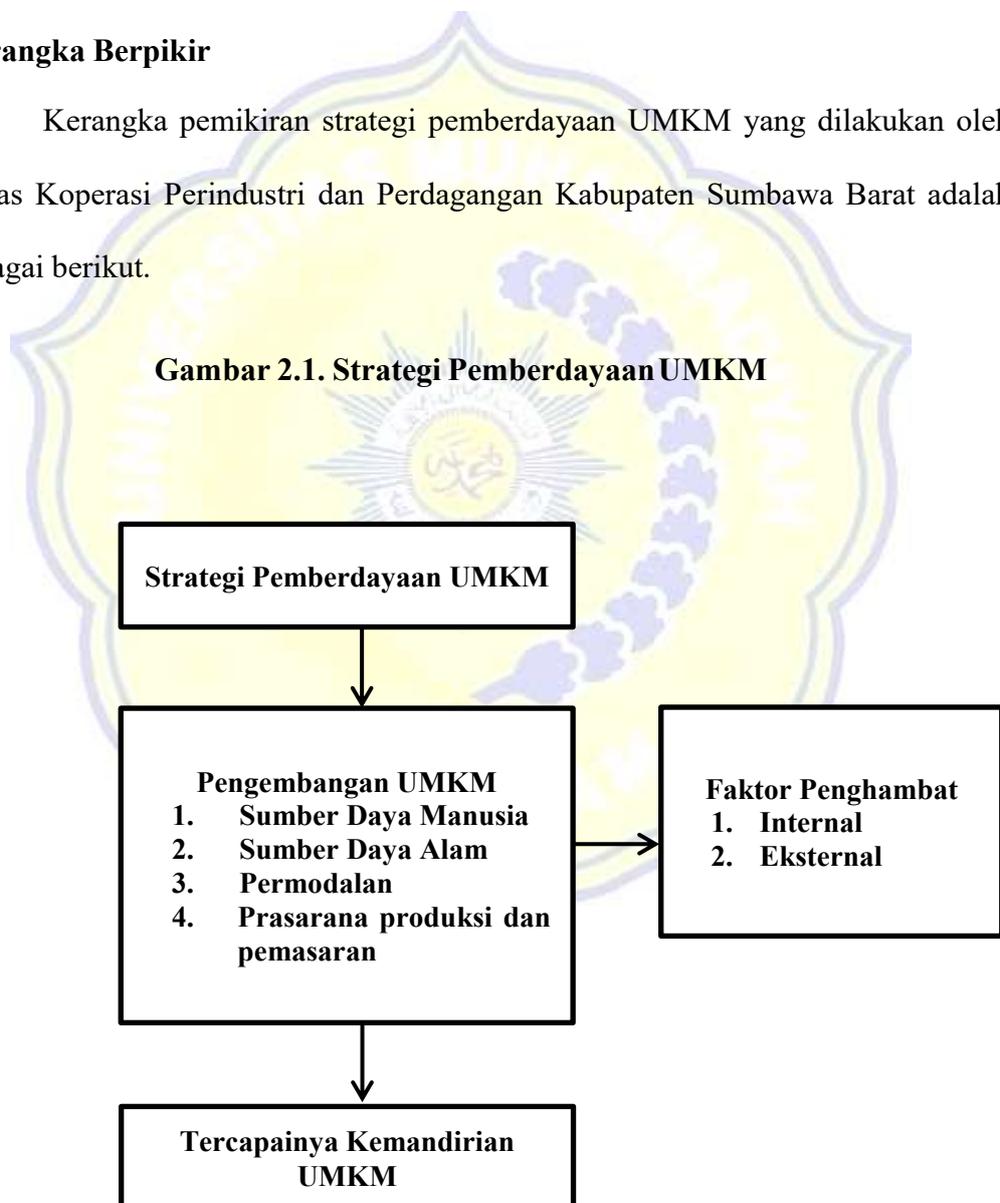
- 2) Kendala dalam Fasilitas dan Infrastruktur Bisnis. Ketidaktersediaan informasi terkait kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menghambat pengembangan cepat fasilitas dan infrastruktur yang dimiliki oleh UKM, menghambat kemajuan bisnis mereka.

Akses pasar yang terbatas akan menyebabkan produk sulit bersaing, baik di pasar dalam negeri maupun internasional.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran strategi pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustri dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa Barat adalah sebagai berikut.

**Gambar 2.1. Strategi Pemberdayaan UMKM**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sebagaimana yang didefinisikan oleh Sugiyono (2019), penelitian deskriptif kualitatif berfokus pada pemeriksaan kondisi kelompok manusia, situasi, dan sistem pemikiran terkait dengan peristiwa terkini. Pendekatan ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena sosial tertentu. Berdasarkan informasi yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena analisis datanya melibatkan data berupa kalimat dan mempertimbangkan pandangan orang lain sebagai sumber informasi.

Melalui pendekatan penelitian ini, peneliti berupaya memahami dan menjelaskan Analisis Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Sumbawa Barat.

#### **B. Lokasi dan waktu penelitian**

Tempat atau fokus penelitian ini adalah Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa Barat. Durasi penelitian ini mencakup satu bulan, yaitu bulan Oktober 2023. Periode waktu dihitung sejak izin penelitian diperoleh dari pihak kampus. Keyakinan tersebut mendasari anggapan bahwa waktu tersebut sudah mencukupi untuk menyelesaikan penyelidikan yang dilakukan oleh peneliti.

### C. Jenis dan Sumber Data

#### a. Data Primer.

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian, seorang informan, atau sumber yang berkaitan dengan variabel penelitian. Peneliti memilih metode wawancara karena keterbatasan waktu selama penelitian. Penelitian ini meneliti sumber data primer yang terdiri dari satu Kepala Bidang UKM (Usaha Kecil dan Menengah), satu Kepala Bagian Institusi dan Usaha UKM, serta 10 anggota masyarakat yang terlibat dalam UKM, sehingga jumlah total informan adalah 12.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya dan kemudian diperoleh atau dikumpulkan kembali oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Peneliti menggunakan data sekunder dalam bentuk arsip dari Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa Barat.

### D. Teknik penentuan Informan dan Narasumber

Dalam penelitian ini, pemilihan informan dilakukan dengan menerapkan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana penelitian dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian (Ismayani, 2019). Subjek yang terlibat dalam penelitian ini adalah:

- a. Kepala Bidang UKM, serta masyarakat pelaku UKM
- b. Kepala Seksi Kelembagaan dan Usaha UKM
- c. Masyarakat pelaku UKM 10 orang.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan berbagai metode untuk memastikan dataset yang komprehensif. Teknik yang digunakan melibatkan wawancara, observasi, dan dokumentasi tambahan.

1. Wawancara: Percakapan antara peneliti (seseorang yang mencari informasi) dan informan (seseorang yang dianggap memiliki informasi penting tentang suatu subjek tertentu) (Kriyantono, 2014).
2. Observasi: Aktivitas rutin yang membantu memahami lingkungan. Kegiatan observasi dilakukan bersamaan dengan kegiatan seperti membaca koran, mendengarkan radio dan televisi, atau berbincang dengan orang lain (Kriyantono, 2014).
3. Dokumentasi: Pendekatan ini secara sistematis dan objektif mengumpulkan data historis. Ini melibatkan framing, semiotika, analisis wacana, dan analisis konten kualitatif (Kriyantono, 2014).

Secara keseluruhan, metode dokumentasi melibatkan perolehan data dengan mencatat informasi yang terdapat dalam dokumen lain yang relevan dengan isu yang sedang dibahas..

### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif terjadi ketika data empiris yang diperoleh berbentuk kualitatif, terdiri dari kelompok kata tertentu dari pada nilai numerik dan tidak masuk ke dalam struktur taksonomi. Analisis kualitatif bertujuan untuk memahami sumber daya intelektual, keterampilan, dan keuangan (kekuatan) yang dimiliki oleh UMKM, bersama dengan peluang yang dapat mereka manfaatkan, serta kelemahan dan ancaman terhadap usaha mereka. Teknik

analisis data dalam penelitian kualitatif mencakup transkripsi output wawancara.

Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

a. Reduksi Data

Didefinisikan sebagai proses pemilihan, konsentrasi, dan penekanan pada upaya untuk menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasi data yang berasal dari catatan lapangan tertulis.

Reduksi data merupakan pendekatan analisis yang mengkategorikan, menyaring, membimbing, menghilangkan, dan mengorganisir data sehingga memungkinkan para peneliti merumuskan dan mengesahkan kesimpulan tertentu.

b. Triangulasi

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai metode untuk memvalidasi data. Menurut Sugiyono (2019), triangulasi data melibatkan penggabungan berbagai data dan sumber yang telah ada. Ini mencakup triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

1) Triangulasi Sumber

Menguji keandalan data melalui triangulasi sumber melibatkan verifikasi informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk hasil wawancara, arsip, dan dokumen tambahan.

2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan memeriksa data yang berasal dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Sebagai contoh, data yang

diperoleh dari observasi kemudian diverifikasi melalui wawancara.

### 3) Triangulasi Waktu

Waktu pengumpulan data dapat memengaruhi kredibilitasnya. Melakukan wawancara di pagi hari ketika narasumber masih segar umumnya menghasilkan data yang lebih dapat diandalkan. Oleh karena itu, untuk menguji kredibilitas data, perlu dilakukan verifikasi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi pada berbagai waktu atau situasi hingga mendapatkan data yang kredibel.

#### c. Menarik Kesimpulan

Langkah berikutnya dalam proses analisis adalah mengambil dan memvalidasi kesimpulan. Setelah data terkumpul, analisis kualitatif dimulai dengan mencari makna melalui pengamatan terhadap keteraturan, pola, kejelasan, konfigurasi potensial, jalur kausal, dan proporsi. Kesimpulan yang pada awalnya tidak jelas akan diuraikan secara rinci (Ismayani, 2019).

## G. Validitas Data

### 1. *Credibility*

Pemeriksaan terhadap kredibilitas data yang disajikan oleh peneliti dilakukan untuk memastikan bahwa hasil penelitian tidak dipertanyakan sebagai karya ilmiah (Winarno, 2018).

### 2. *Transferability*

Transferability adalah aspek validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal mengevaluasi sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan atau relevan dengan populasi di mana sampel diambil (Sugiyono,

2007:276). Pertanyaan tentang nilai transferabilitas menyoroti sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan atau bermanfaat dalam konteks lain. Penilaian terhadap nilai transferabilitas sangat tergantung pada penggunaannya, sehingga ketika penelitian dapat diterapkan dalam konteks sosial yang berbeda, validitas nilai transferabilitas masih dapat dipertahankan (Winarno, 2018).

### 3. *Dependability*

Keandalan, dalam konteks penelitian, menunjukkan bahwa melakukan eksperimen berkali-kali secara konsisten menghasilkan hasil yang seragam. Sebuah penelitian dianggap dapat diandalkan jika orang lain yang mengikuti proses penelitian yang sama mencapai hasil yang sebanding. Pengujian keandalan dilakukan dengan melakukan audit menyeluruh terhadap seluruh proses penelitian. Ini melibatkan seorang auditor independen atau supervisor yang meninjau semua kegiatan yang dilakukan oleh peneliti selama penelitian. Penilaian ini melibatkan berbagai tahap, dimulai dari bagaimana peneliti menentukan masalah, terlibat dalam penelitian lapangan, memilih sumber data, melakukan analisis data, memverifikasi validitas data, hingga menghasilkan laporan hasil observasi (Winarno, 2018).

### 4. *Confirmability*

Istilah untuk objektivitas dalam pengujian kualitatif disebut pengujian confirmability dalam penelitian. Penelitian dianggap objektif ketika hasilnya disetujui oleh sejumlah besar individu. Pengujian confirmability dalam penelitian kualitatif melibatkan pemeriksaan hasil penelitian yang terkait dengan proses yang telah dilakukan. Jika hasil penelitian merupakan hasil dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi

standar confirmability. Validitas data atau akurasi berkaitan dengan konsistensi data antara apa yang diperoleh peneliti dan kejadian sebenarnya dalam objek penelitian, memastikan pertanggungjawaban data yang disajikan (Winarno, 2018).

