

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian dapat berupa data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

Perumusan Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM

Peran *stakeholder* merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan secara terstruktur dan masif dalam rangka pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih efektif. Aktivitas rumusan model harus dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, oleh karena itu *stakeholder* yang terkait akan memainkan peran yang strategis dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi, sehingga dapat dirumuskan model yang sesuai dengan karakteristik UMKM. Merumuskan suatu model memerlukan suatu kajian yang mendalam dan fokus agar dapat dihasilkan rumusan model yang efektif dan dapat diterapkan sesuai dengan karakteristik dengan obyek yang diteliti. Perumusan model yang baik harus mempertimbangkan beberapa aspek penting yaitu: a) memahami permasalahan riil yang terjadi di lapangan, b) mereduksi permasalahan kedalam permasalahan yang memiliki nilai manfaat, relevan dengan kondisi riil dan selaras dengan tujuannya, c) merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, d) implementasi atas rumusan model serta e) mengevaluasi nilai kemanfaatan model.

Model yang baik harus dirumuskan melalui tahapan yang sistematis dan terencana agar dapat menghasilkan suatu model yang aplikatif dan sesuai dengan karakteristik obyek yang dimodelkan yang meliputi: a) mengidentifikasi proses pengembangan usaha sektor UMKM di kawasan wisata religi, (b) memetakan karakteristik proses pengembangan usaha sektor UMKM, (c) merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM yang efektif (d) menguji efektivitas model pengembangan usaha sektor UMKM (e) mengevaluasi model pengembangan usaha sektor UMKM melalui *focus group discussion* untuk tujuan melakukan tindakan perbaikan model yang lebih aplikatif serta (f) menyempurnakan rumusan model pengembangan sektor UMKM yang lebih layak untuk diterapkan di kawasan wisata religi di Jawa Timur. Uraian secara detail langkah langkah perumusan model pengembangan usaha sektor UMKM dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Identifikasi Proses Pengembangan Usaha Sektor UMKM

Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap proses pengembangan usaha sektor UMKM yang diterapkan pelaku usaha kawasan wisata religi, untuk menggali satuan kajian dan indikator yang dapat mengungkap proses pengembangan usaha sektor UMKM, maka dilakukan kajian teoritis, observasi lapangan, interaksi awal dengan nara sumber, analisis dokumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung yang memiliki keterkaitan dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM. Selanjutnya menyusun panduan wawancara dan merancang kuesioner yang akan dipergunakan untuk menggali informasi yang relevan dengan tujuannya yaitu untuk mengungkap proses pengembangan usaha UMKM yang diterapkan selama ini, dengan cara melakukan wawancara langsung dengan nara sumber data yang kompeten, mengisi instrumen kuesioner, menggunakan dokumentasi yang diperoleh oleh peneliti.

Mengacu hasil survey awal melalui proses triangulasi terkait dengan proses pengembangan usaha UMKM di kawasan wisata religi, dapat ditemukan enam satuan kajian yang relevan untuk mengungkap proses pengembangan usaha sektor UMKM yaitu: a) penguatan kelembagaan, b) penguatan mitra usaha, c) penguatan fungsi manajemen, d) pemanfaatan teknologi informasi, e) penguatan mitra dengan *stakeholder* serta f) pengembangan keberlanjutan. Enam aspek kajian tersebut di harapkan mampu mengungkap tentang proses pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi, selanjutnya dijabarkan melalui instrumen kuesioner/panduan wawancara akan dipergunakan untuk pendalaman obyek dan pengumpulan data. Pelaku usaha sektor UMKM

sebagai sampel sumber data ditentukan perannya melalui suatu pertimbangan tertentu (*purposive-sampling*), sehingga nara sumber tersebut dapat memenuhi syarat sebagai informan yang valid dan memiliki kualifikasi sebagai nara sumber sehubungan dengan keterangan yang terkait peran *stakeholder* dalam pengelolaan UMKM pada kawasan wisata religi Sunan Ampel, Sunan Giri, Sunan Syeh Maulana Malik Ibrahim, Sunan Bonang dan Sunan Drajad. Tahapan ini dilakukan untuk mengidentifikasi proses pengembangan usaha UMKM yang diterapkan pelaku usaha kawasan wisata religi selama ini. Identifikasi proses pengembangan usaha UMKM merupakan tahapan yang krusial didalam perumusan “Model pengembangan usahaUMKM” karena tahap ini harus mampu menggali dan mengungkap satuan kajian/variabel serta indikator yang relevan dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM yang terjadi selama ini sekaligus sebagai dasar untuk merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, sehingga dapat dihasilkan model yang efektif sesuai dengan karakteristik pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi serta karakteristik budaya masyarakat.

Satuan kajian tersebut selanjutnya dilakukan pendalaman yang diarahkan pada penemuan unsur indikatornya agar dapat dikembangkan menjadi kuesioner, selanjutnya kuesioner dan panduan wawancara akan dipergunakan oleh peneliti untuk menggali data yang relevan dengan proses pengembangan usaha UMKM melalui wawancara mendalam dengan sampel sumber data/informan. Desain dalam instrumen penelitian atau kuesioner ini menggunakan pengukuran skala Guttman yaitu jenis pengukuran skala yang bertujuan untuk memperoleh respon nara sumber secara tegas dengan memberi jawaban “**Ya atau Tidak**” terhadap pernyataan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner, sedangkan hasil pengukurannya menggunakan skala rasio. Adapun tujuan dari desain pengukuran ini adalah ingin memperoleh gambaran atau mengungkap secara jelas tentang bagaimana proses pengembangan usaha sektor UMKM yang diterapkan secara riil di kawasan wisata religi selama ini. Melalui proses triangulasi nara sumber data selanjutnya ditabulasikan sesuai dengan aspek yang diamati, sehingga dapat di identifikasikan secara riil mengenai indikator yang sudah atau belum diterapkan terkait proses pengembangan usaha UMKM pada kawasan wisata religi. Untuk menggambarkan detail satuan kajian yang tercermin pada indikatornya telah didesain dalam kuesioner, sehingga secara keseluruhan mampu mengungkap proses pengembangan usaha sektor UMKM. Adapun jawaban responden merupakan ungkapan respon dari para nara sumberdata terhadap variabel yang terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM, yang dapat ditampilkan dalam infodata sebagai berikut.

1.1 Penguatan Kelembagaan

Berdasarkan jawaban kuesioner serta pendalaman melalui wawancara dengan para pelaku UMKM kawasan wisata religi terkait dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM, maka dapat disajikan rekapitulasi respon responden terhadap perlunya penguatan kelembagaan sebagai berikut:

Tabel 1: Penguatan Kelembagaan

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	78	70,91	32	29,09
2	Penguatan dalam membangun koperasi	80	72,73	30	27,27
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	81	73,64	29	26,36
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	80	72,73	30	27,27
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	82	74,55	28	25,45
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	85	72,27	25	22,73
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	86	78,18	24	21,82
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	94	85,45	16	14,55
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	96	86,27	14	12,73
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	90	81,82	20	18,18

11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	85	77,27	25	22,73
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	84	76,36	26	23,64
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	96	87,27	14	12,73
Rata Rata Jawaban Respoden		86	78,18	24	21,82

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 13 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan kelembagaan dipersepsi oleh pelaku usaha dengan nilai skor berkisar antara 70,91%-87,27% dengan skor rata rata sebesar 78,18%. Infodata ini menunjukkan besarnya harapan masyarakat pelaku UMKM perlunya penguatan kelembagaan dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, oleh karena itu penguatan kelembagaan harus menjadi pertimbangan penting didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM.

1.2 Penguatan Mitra Usaha

Berdasarkan jawaban kuesioner serta pendalaman melalui wawancara dengan para pelaku UMKM kawasan wisata religi terkait dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM, maka dapat disajikan rekapitulasi respon responden terhadap perlunya penguatan mitra usaha sebagai berikut:

Tabel 2: Penguatan Mitra Usaha

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	81	73,64	29	26,36
2	Penguatan dalam membangun koperasi	78	70,91	32	29,09
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	79	71,82	31	28,18
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	71	64,55	39	35,45
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	70	63,64	40	36,36
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	81	73,64	29	26,36
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	96	87,27	14	12,73
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	94	85,45	16	14,55
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	79	71,82	31	28,18
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	75	68,18	35	31,82
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	76	69,09	34	30,91
Rata Rata Jawaban Respoden		80	72,73	30	27,27

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 11 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan mitra usaha dipersepsi oleh pelaku usaha dengan nilai skor berkisar antara 63,64%-87,27% dengan skor rata rata sebesar 72,73%. Infodata ini menunjukkan besarnya harapan masyarakat pelaku UMKM perlunya penguatan mitra usaha dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, oleh karena itu penguatan mitra usaha harus menjadi pertimbangan penting didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM.

1.3 Penguatan Fungsi Manajemen

Berdasarkan jawaban kuesioner serta pendalaman melalui wawancara dengan para pelaku UMKM kawasan wisata religi terkait dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM yang berada di kawasan wisata religi di Jawa Timur, baik dikota Tuban, Lamongan, Surabaya dan Gresik maka dapat disajikan rekapitulasi respon responden terhadap perlunya penguatan fungsi manajemen sebagai berikut:

Tabel 3 : Penguatan Fungsi Manajemen

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	78	70,91	32	29,09
2	Penguatan dalam membangun koperasi	76	69,09	34	30,91
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	84	76,36	26	23,64
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	94	85,45	16	14,55
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	82	74,55	28	25,45
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	77	70,00	33	30,00
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	85	77,27	25	22,73
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	81	73,64	29	26,36
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	87	79,09	23	20,91
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	74	67,27	36	32,73
Rata Rata Jawaban Respoden		82	74,55	28	25,45

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 10 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan fungsi manajemen dipersepsi oleh pelaku usaha dengan nilai skor berkisar antara 67,27%-85,45% dengan skor rata rata sebesar 74,21%. Infodata ini menunjukkan besarnya harapan masyarakat pelaku UMKM perlunya penguatan fungsi manajemen dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM pada kawasan wisata religi di Jawa Timur, oleh karena itu penguatan fungsi manajemen harus menjadi pertimbangan penting didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM

1.4 Pemanfaatan Teknologi Informasi

Berdasarkan jawaban kuesioner serta pendalaman melalui wawancara dengan para pelaku UMKM kawasan wisata religi terkait dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM, maka dapat disajikan rekapitulasi respon responden terhadap perlunya pemanfaatan teknologi informasi sebagai berikut:

Tabel 4: Pemanfaatan Teknologi Informasi

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	85	77,27	25	22,73
2	Penguatan dalam membangun koperasi	95	86,36	15	13,64
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	92	83,64	18	16,36
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	81	73,64	29	26,36
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	76	69,09	34	30,91
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	94	85,45	16	14,55
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	95	86,36	25	13,64
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	92	83,64	18	16,36
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	81	73,64	29	26,36
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	79	71,82	31	28,18
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	77	70,00	33	30,00
Rata Rata Jawaban Respoden		86	78,18	24	21,82

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 11 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap pemanfaatan teknologi informasi dipersepsi oleh pelaku usaha dengan nilai skor berkisar antara 69,09%-86,36% dengan skor rata rata sebesar 78,26%. Infodata ini menunjukkan besarnya harapan masyarakat pelaku UMKM perlunya pemanfaatan teknologi informasi dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur, oleh

karena itu pemanfaatan teknologi informasi harus menjadi pertimbangan penting didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM

1.5 Penguatan Mitra *Stakeholder*

Berdasarkan jawaban kuesioner serta pendalaman melalui wawancara dengan para pelaku UMKM kawasan wisata religi terkait dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM, maka dapat disajikan rekapitulasi respon responden terhadap perlunya penguatan mitra *stakeholder* sebagai berikut:

Tabel 5: Penguatan Mitra *Stakeholder*

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	91	82,73	19	17,27
2	Penguatan dalam membangun koperasi	94	85,45	16	14,55
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	88	80,00	22	20,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	93	84,55	17	15,45
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	84	76,36	26	23,64
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	89	80,91	21	19,09
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	85	77,27	25	22,73
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	89	80,91	21	19,09
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	80	72,73	30	27,27
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	81	73,64	29	26,36
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	80	72,73	30	27,27
Rata Rata Jawaban Respoden		87	79,09	23	20,91

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 11 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan mitra *stakeholder* dipersepsi oleh pelaku usaha dengan nilai skor berkisar antara 72,73%-85,45% dengan skor rata rata sebesar 79,09%. Infodata ini menunjukkan besarnya harapan masyarakat pelaku UMKM perlunya penguatan mitra *stakeholder* dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur, oleh karena itu penguatan mitra *stakeholder* harus menjadi pertimbangan penting didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM

1.6 Pengembangan Keberlanjutan

Berdasarkan jawaban kuesioner serta pendalaman melalui wawancara dengan para pelaku UMKM kawasan wisata religi terkait dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM, maka dapat disajikan rekapitulasi respon responden terhadap perlunya pengembangan keberlanjutan sebagai berikut:

Tabel 6: Pengembangan Keberlanjutan

No	Butir butir Pernyataan/pertanyaan Kuesioner	Jawaban Responden			
		ya	%	Tdk	%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	87	79,09	23	20,91
2	Penguatan dalam membangun koperasi	86	78,18	24	21,82
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	87	79,09	23	20,91
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	86	78,18	24	21,82
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	80	72,73	30	27,27
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	93	84,55	17	15,45
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	93	84,55	17	15,45
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	89	80,91	21	19,09
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	87	79,09	23	20,91
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	93	84,55	17	15,45

11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	85	77,27	25	22,73
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	81	73,64	29	26,36
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	91	82,73	19	17,72
14	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	83	75,45	27	24,55
Rata Rata Jawaban Respoden		87	79,09	23	20,91

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 14 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap pengembangan keberlanjutan dipersepsi oleh pelaku usaha dengan nilai skor berkisar antara 72,73%-85,45% dengan skor rata rata sebesar 79,09%. Infodata ini menunjukkan besarnya harapan masyarakat pelaku UMKM perlunya pengembangan keberlanjutan dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur, oleh karena itu pengembangan keberlanjutan harus menjadi pertimbangan penting didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM.

2. Mapping Karakteristik Pengembangan Usaha UMKM

Tahapan ini bertujuan untuk pemetaan/*mapping* atas proses pengembangan usaha UMKM kawasan wisata religi. Tujuan dari *Mapping* ini adalah untuk menggambarkan karakteristik proses pengembangan usaha UMKM, sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan dalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM yang efektif. Berdasarkan jawaban responden/nara sumber atas pernyataan dengan memberi jawaban “ya”, maka selanjutnya dipergunakan untuk menyusun *mapping* proses pengembangan usaha sektor UMKM yang telah dilakukan selama ini di kawasan wisata religi kedalam tiga kategori jawaban “ya” yaitu:

1. Kategori rendah jika jawaban pernyataan “ya” $\leq 34\%$
2. Kategori sedang jika jawaban pernyataan “ya” 35% - 68%
3. Kategori tinggi jika jawaban pernyataan “ya” 69% - 100%

Pengelompokan kategori ini untuk mengungkap proses pengembangan usaha sektor UMKM yang meliputi enam aspek yaitu: a) penguatan kelembagaan, b) penguatan mitra usaha, c) penguatan fungsi manajemen, d) pemanfaatan teknologi informasi, e) penguatan mitra *stakeholder* serta f) pengembangan keberlanjutan. Berdasarkan *mapping* atas jawaban “ya” responden selanjutnya dapat dipergunakan sebagai rujukan dalam merumuskan “Model pengembangan usaha UMKM yang efektif”, oleh karena itu *mapping* ini sangat berguna untuk memahami karakteristik proses pengembangan usaha UMKM yang selanjutnya dapat ditampilkan secara detail dalam tabel sebagai berikut.

2.1 Mapping Karakteristik Penguatan Kelembagaan

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang telah disajikan pada tabel: 1 maka dapat di kelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek penguatan kelembagaan, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel: 7 Aspek penguatan kelembagaan merupakan aspek yang sangat krusial dalam pengembangan UMKM, oleh karena itu penataan pada kelembagaan UMKM memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dengan semua pemangku kepentingan, untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

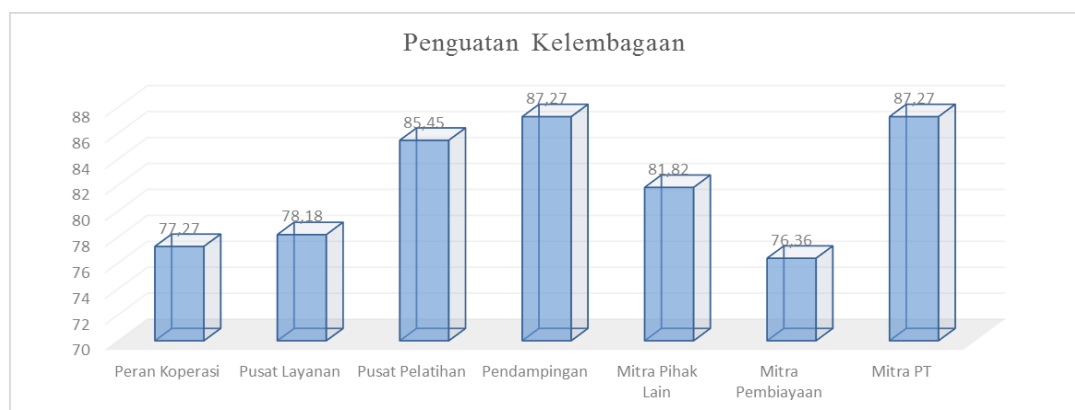
Tabel 7: *Mapping* Karakteristik Penguatan Kelembagaan

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah $\leq 34\%$	Sedang 35-68%	Tinggi 69-100%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	-	-	70,91
2	Penguatan dalam membangun koperasi	-	-	72,73

3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	-	-	73,64
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	-	-	72,73
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	-	-	74,55
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	-	-	77,27
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	-	-	78,18
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	85,45
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	87,27
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	-	-	81,82
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	-	-	77,27
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	-	-	76,36
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	-	-	87,27
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	-	78,18

Sumber: Diolah oleh Penulis

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas atas jawaban pernyataan ”ya” dari responden tersebut, maka dipilih tujuh respon tertinggi agar lebih fokus untuk menentukan titik kritis sebagai rujukan dalam merumuskan model. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar 1: sebagai berikut ini.



Gambar 1: Tujuh Indikator Utama Aspek Penguatan Kelembagaan

Gambar diatas menunjukkan bahwa ketujuh aspek penguatan kelembagaan tersebut memerlukan perhatian khusus terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM. Jawaban pernyataan “ya” dari ketujuh indikator tersebut berkisar pada skor nilai antara 77,27 - 87,27% hal ini menunjukkan betapa besarnya harapan atau keinginan pelaku UMKM untuk memperbaiki aspek peningkatan peran koperasi, peningkatan pusat pelayanan, pusat pelatihan, pusat pendampingan, memitracan dengan pihak lain, bermitra dengan lembaga pembiayaan dan perguruan tinggi. Oleh karena itu aspek penguatan kelembagaan membutuhkan program tersendiri agar dapat memperbaiki proses pengembangan sektor UMKM yang lebih baik dan diharapkan mampu mempercepat proses pertumbuhan perekonomian masyarakat yang mandiri dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

2.2 Mapping Karakteristik Penguatan Mitra Usaha

Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” pada tabel: 2 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek penguatan mitra usaha, sehingga dapat di petakan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel: 8 Aspek penguatan mitra usaha merupakan

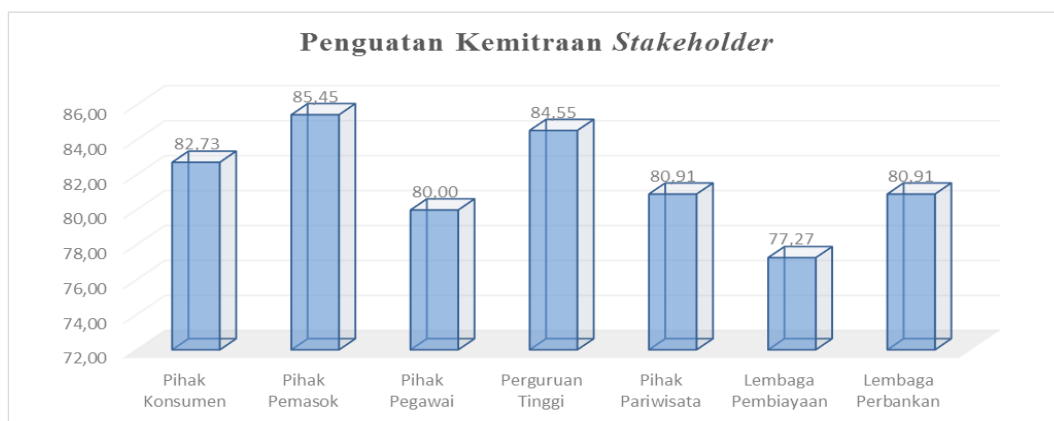
aspek yang sangat krusial dalam pengembangan UMKM, oleh karena itu membangun kemitraan untuk UMKM memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dan ter-integrated dengan semua pemangku kepentingan, mengingat besarnya harapan dari pelaku UMKM yang masih belum sejalan dengan kondisi riil yang terkait dengan aspek penguatan mitra usaha, untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 8: *Mapping* Karakteristik Penguatan Mitra Usaha

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		≤ 34%	35-68%	69-100%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	-	-	73,64
2	Penguatan dalam membangun koperasi	-	-	70,91
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	-	-	71,82
4	Penguatan untuk memiliki wadah koperasi saat ini masih belum memberi manfaat positif	-	64,55	-
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	-	63,64	-
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	-	-	73,64
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	-	-	87,27
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	85,45
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	71,82
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	-	-	68,18
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	-	-	69,09
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	64,09	0

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban “ya” yang masuk dalam kategori “sedang” masih terdapat dua indikator, sedangkan indikator lainnya masuk dalam kategori tinggi. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas atas jawaban pernyataan ”ya” dari responden tersebut, maka dipilih tujuh respon tertinggi agar lebih fokus untuk menentukan titik kritis sebagai rujukan dalam merumuskan model. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditunjukkan pada gambar: 2 sebagai berikut ini.



Gambar 2: Tujuh Indikator Utama Aspek Penguatan Mitra Usaha

Gambar diatas menunjukkan bahwa ketujuh aspek penguatan mitra usaha tersebut memerlukan perhatian khusus terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM. Jawaban pernyataan “ya” dari ketujuh indikator tersebut berkisar pada skor nilai antara 77,27 - 85,45% hal ini menunjukkan betapa besarnya harapan atau keinginan pelaku sektor UMKM untuk memperbaiki aspek kemitraan dengan pihak konsumen, pihak pemasok, pegawai, perguruan

tinggi, dinas pariwisata, lembaga pembiayaan dan lembaga perbankan yang memerlukan program tersendiri agar dapat memperbaiki proses pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih baik dan diharapkan mampu mempercepat proses pertumbuhan perekonomian masyarakat yang mandiri dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat setempat serta perekonomian regional.

2.3 Mapping Karakteristik Penguatan Fungsi Manajemen

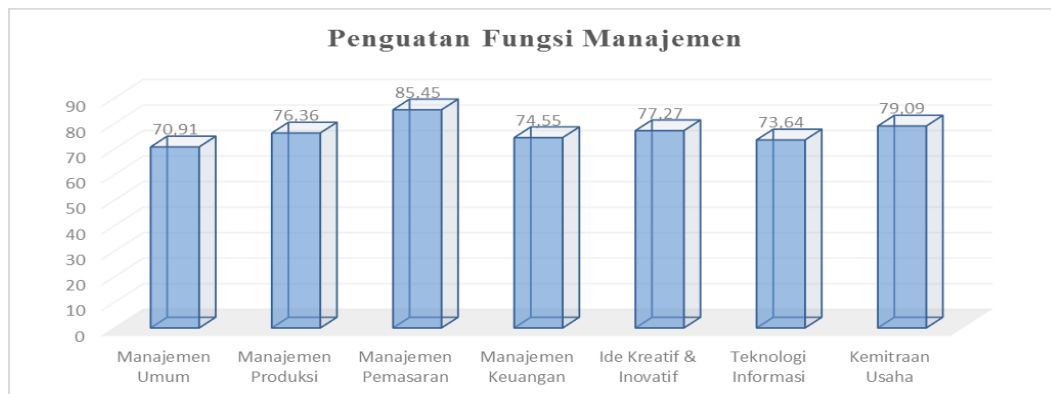
Berdasarkan jawaban pernyataan “ya” yang dikelompokkan pada tabel: 3 maka dapat digolongkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek penguatan fungsi manajemen, sehingga dapat di *mapping*-kan sebagaimana yang di tampilkan dalam tabel: 9. Aspek penguatan fungsi manajemen merupakan aspek yang sangat krusial dalam pengembangan UMKM, oleh karena itu memperkuat fungsi manajemen UMKM memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dan ter-*integrated* dengan semua pemangku kepentingan, mengingat besarnya harapan dari pelaku UMKM yang masih belum sejalan dengan kondisi riil yang terkait dengan aspek penguatan fungsi manajemen, untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 9: *Mapping* Karakteristik Penguatan Fungsi Manajemen

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah ≤ 34%	Sedang 35-68%	Tinggi 69-100%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	-	-	70,91
2	Penguatan dalam membangun koperasi	-	-	69,09
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	-	-	76,36
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	-	-	83,45
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	-	-	74,55
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	-	-	70,00
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	-	-	77,27
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	73,64
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	79,09
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	-	67,27	-
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	67,27	74,93

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban “ya” yang masuk dalam kategori “sedang” masih terdapat satu indikator, sedangkan indikator lainnya masuk dalam kategori tinggi. Selanjutnya dipilih tujuh respon tertinggi agar lebih fokus untuk menentukan titik kritis sebagai rujukan dalam merumuskan model. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar: 3 sebagai berikut ini.



Gambar 3: Tujuh Indikator Utama Aspek Penguatan Fungsi Manajemen

Gambar diatas menunjukkan bahwa ketujuh indikator atas penguatan fungsi manajemen tersebut memerlukan perhatian khusus terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM. Jawaban pernyataan “ya” dari ketujuh indikator tersebut berkisar pada skor nilai antara 70,91 - 85,45% hal ini menunjukkan betapa besarnya harapan atau keinginan pelaku usaha sektor UMKM untuk memperbaiki aspek manajemen umum, manajemen produksi, manajemen pemasaran, ide kreatif dan inovatif, manajemen keuangan, teknologi informasi serta kemitraan usaha yang memerlukan program tersendiri agar dapat memperbaiki proses pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih baik dan diharapkan mampu mempercepat proses pertumbuhan perekonomian masyarakat yang mandiri dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat setempat serta perekonomian regional.

2.4 Mapping Karakteristik Pemanfaatan Teknologi Informasi

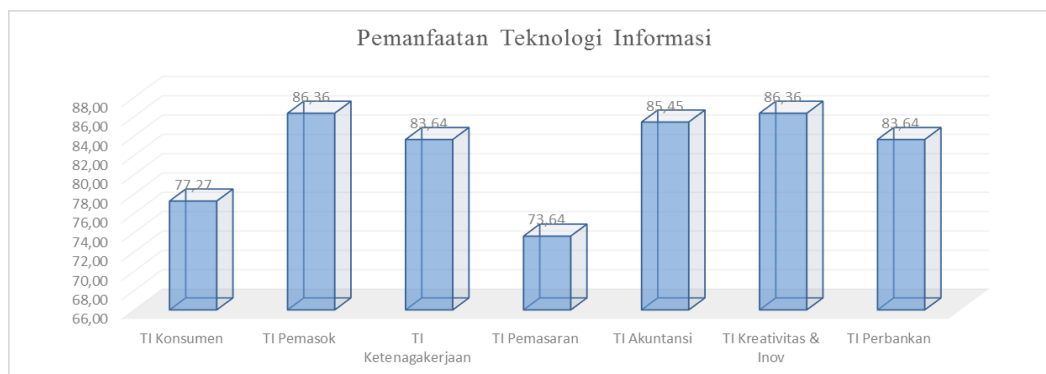
Berdasarkan jawaban “ya” yang tersaji pada tabel: 4 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek pemanfaatan teknologi informasi, sehingga dapat dipetakan sebagaimana yang di tampilkan dalam tabel 10. Aspek pemanfaatan teknologi informasi merupakan aspek yang sangat krusial dalam rangka pengembangan UMKM, oleh karena itu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi bagi UMKM memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dan ter-*integrated* dengan semua pihak pemangku kepentingan, mengingat betapa besarnya harapan dari pelaku UMKM yang masih belum searah dengan kondisi riil yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi untuk pengelolaan usaha sektor UMKM untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 10: *Mapping* Karakteristik Pemanfaatan Teknologi Informasi

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		≤ 34%	35-68%	69-100%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	-	-	77,27
2	Penguatan dalam membangun koperasi	-	-	86,36
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	-	-	83,64
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	-	-	73,64
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	-	-	69,09
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	-	-	85,45
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	-	-	86,36
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	83,64
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	73,64
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	-	-	71,82
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	-	-	70,00
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	-	78,18

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban “ya” untuk 11 indikator yang dipergunakan untuk mengungkapkan pemanfaatan teknologi informasi semuanya masuk dalam kategori tinggi. Untuk memberikan gambaran yang detail dan jelas atas jawaban pernyataan ”ya” dari responden tersebut, maka dipilih tujuh indikator yang memiliki respon tertinggi agar lebih fokus didalam menentukan titik kritis sebagai rujukan dan pertimbangan didalam merumuskan model, namun demikian bukan berarti indikator yang lain diabaikan tetapi diakomodasi didalam merumuskan model, sehingga model ini harus mampu menjawab permasalahan yang ada dan sedang dihadapi oleh kalangan pelaku UMKM, oleh karena itu dengan fokus pada tujuh indikator tersebut diharapkan model yang dirumuskan mampu menjelaskan implementasi proses pengembangan usaha sektor UMKM. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar: 5 sebagai berikut.



Gambar 4: Tujuh Indikator Utama Pemanfaatan Teknologi Informasi

Gambar diatas menunjukkan bahwa ketujuh indikator pemanfaatan teknologi informasi tersebut memerlukan perhatian khusus terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM. Jawaban pernyataan “ya” dari ketujuh indikator tersebut berkisar pada skor nilai antara 73,64 - 86,36% hal ini menunjukkan betapa besarnya harapan atau keinginan pelaku usaha sektor UMKM untuk memperbaiki aspek teknologi informasi konsumen, pemasok, ketenagakerjaan, pemasaran, akuntansi, kreativitas dan inovasi serta perbankan yang memerlukan program tersendiri agar dapat memperbaiki proses pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih baik dan diharapkan mampu mempercepat proses pertumbuhan perekonomian masyarakat yang mandiri dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

2.5 Mapping Karakteristik Penguatan Mitra Stakeholder

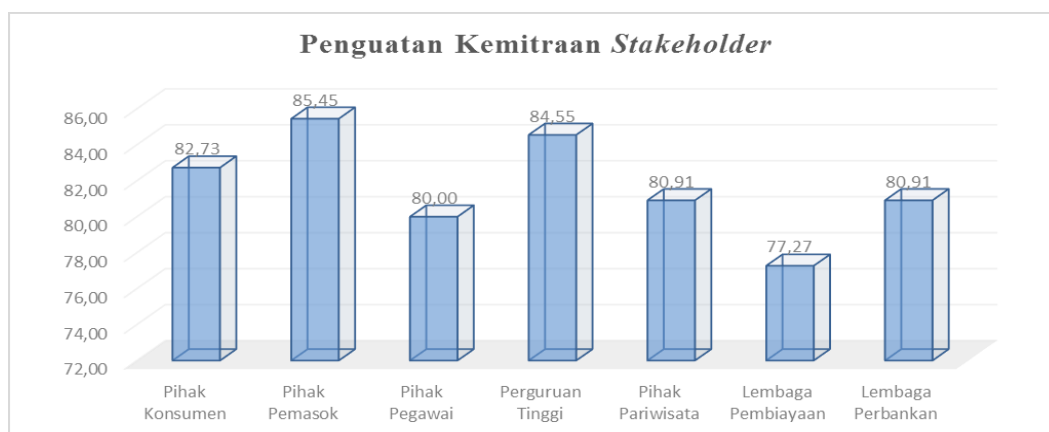
Berdasarkan jawaban “ya” yang tersaji pada tabel: 5 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek penguatan mitra *stakeholder*, sehingga dapat di-*mapping*-kan sebagaimana yang dapat di tampilkan dalam tabel:11. Aspek penguatan mitra *stakeholder* merupakan aspek yang sangat krusial dalam rangka pengembangan sektor UMKM, oleh karena itu memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dengan semua pihak pemangku kepentingan, mengingat betapa besarnya harapan dari pelaku UMKM yang masih belum searah dengan kondisi riil yang terkait dengan penguatan kemitraan *stakeholder* untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 11: *Mapping* Karakteristik Penguatan Mitra *Stakeholder*

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah ≤ 34%	Sedang 35-68%	Tinggi 69-100%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	-	-	82,73
2	Penguatan dalam membangun koperasi	-	-	85,45
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	-	-	80,00
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	-	-	84,55
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	-	-	76,36
6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	-	-	80,91
7	Peningkatan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	-	-	77,27
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	80,91
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	72,73
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	-	-	73,64
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	-	-	72,73
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	-	79,09

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban “ya” untuk 11 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap penguatan mitra *stakeholder* semuanya masuk dalam kategori tinggi. Untuk memberikan gambaran yang detail dan jelas atas jawaban pernyataan ”ya” dari responden tersebut, maka dipilih tujuh indikator yang memiliki respon tertinggi agar lebih fokus didalam menentukan titik kritis sebagai rujukan dan pertimbangan didalam merumuskan model. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar: 5 sebagai berikut.



Gambar 5: Tujuh Indikator Utama Penguatan Kemitraan *Stakeholder*

Gambar diatas menunjukkan bahwa ketujuh indikator penguatan kemitraan *stakeholder* tersebut memerlukan perhatian khusus terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM. Jawaban pernyataan “ya” dari ketujuh indikator tersebut berkisar pada nilai antara 77,27 - 85,45% hal ini menunjukkan betapa besarnya harapan atau keinginan pelaku usaha sektor UMKM untuk memperbaiki aspek kemitraan dengan pihak konsumen, pihak pemasok, pihak pegawainya, perguruan tinggi, dinas pariwisata, lembaga pembiayaan dan lembaga perbankan, yang masih memerlukan program tersendiri agar dapat memperbaiki proses pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih baik dan diharapkan mampu mempercepat proses pertumbuhan perekonomian masyarakat yang mandiri dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

2.6 Mapping Karakteristik Pengembangan Berkelanjutan

Berdasarkan jawaban “ya” yang tersaji pada tabel: 6 maka dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori situasional yang terkait dengan aspek pengembangan berkelanjutan, sehingga dapat di-*mapping*-kan sebagaimana yang ditampilkan dalam tabel: 12. Pengembangan berkelanjutan merupakan aspek yang sangat krusial dalam rangka pengembangan sektor UMKM, oleh karena itu memerlukan suatu kebijakan yang bersifat strategis dengan semua pihak pemangku kepentingan, mengingat betapa besarnya harapan para pelaku UMKM yang masih belum searah dengan kondisi riil yang terkait dengan pengembangan berkelanjutan untuk detailnya dapat disajikan dalam tabel berikut:

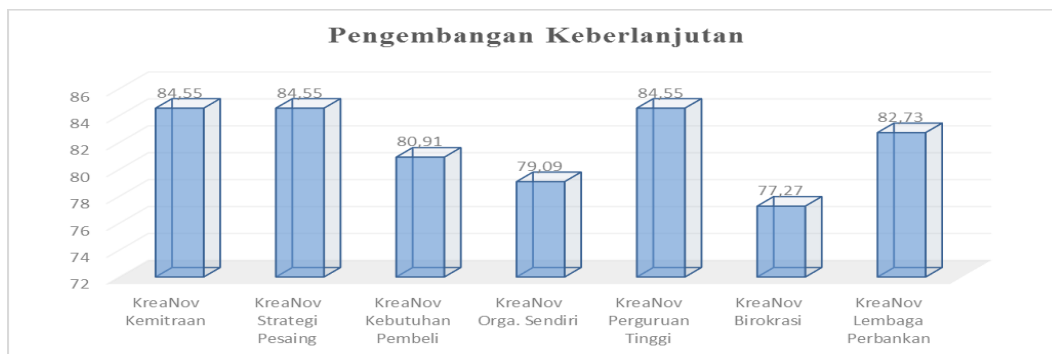
Tabel 12: *Mapping* Karakteristik Pengembangan Berkelanjutan

No	Butir Pertanyaan	Kondisi Riil UMKM		
		Rendah ≤ 34%	Sedang 35-68%	Tinggi 69-100%
1	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan	-	-	79,09
2	Penguatan dalam membangun koperasi	-	-	78,18
3	Penguatan dalam membangun komunitas/paguyupan yang ada saat ini belum memberi manfaat positif	-	-	79,09
4	Penguatan dalam memiliki wadah koperasi saat ini akan belum memberi manfaat positif	-	-	78,18
5	Penguatan dalam meningkatkan peran komunitas/ paguyupan	-	-	72,73

6	Penguatan dalam meningkatkan peran koperasi	-	-	84,55
7	Peningkatkan koperasi sebagai pusat pelayanan formal	-	-	84,55
8	Koperasi memberikan pelatihan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	80,91
9	Koperasi memberikan pendampingan yang memadai sesuai kebutuhan	-	-	79,09
10	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk memperoleh akses usaha/bisnis	-	-	84,55
11	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga pembiayaan/perbankan untuk memperoleh akses permodalan	-	-	77,27
12	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga birokrasi untuk memperoleh akses regulasi dan penerapannya	-	-	73,64
13	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	-	-	82,73
14	Koperasi menjadi perantara dalam menjalin kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi untuk memperoleh akses pelatihan, pendampingan terkait dengan manajemen	-	-	75,45
	<i>Nilai Rata Rata</i>	-	-	79,09

Sumber: Diolah oleh Penulis

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban “ya” untuk 14 indikator yang dipergunakan untuk mengungkap pengembangan berkelanjutan semuanya masuk dalam kategori tinggi. Untuk memberikan gambaran yang detail dan jelas atas jawaban pernyataan ”ya” dari responden tersebut, maka dipilih tujuh indikator yang memiliki respon tertinggi agar lebih fokus didalam menentukan titik kritis sebagai rujukan dan pertimbangan didalam merumuskan model. Adapun ketujuh indikator tersebut dapat ditampilkan pada gambar 5.6 sebagai berikut.



Gambar 5.6: Tujuh Indikator Utama Pengembangan Berkelanjutan

Gambar diatas menunjukkan bahwa ketujuh indikator untuk pengembangan berkelanjutan tersebut memerlukan perhatian khusus terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM. Jawaban pernyataan “ya” dari ketujuh indikator tersebut berkisar pada nilai antara 77,27 - 84,55% hal ini menunjukkan betapa besarnya harapan pelaku usaha sektor UMKM untuk mengembangkan upaya kreativitas dan inovasi dalam kemitraan, strategi pesaing, perubahan keinginan pembeli, organisasi internal, bersinergi dengan perguruan tinggi, birokrasi dan lembaga perbankan yang memerlukan program tersendiri agar dapat memperbaiki proses pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih baik dan diharapkan mampu mempercepat proses pertumbuhan perekonomian masyarakat yang mandiri dan berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

3. Merumuskan Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM

Berdasarkan pada *mapping* tersebut, maka dapat dilihat secara keseluruhan dari nilai persepsi pelaku UMKM atas pernyataan pada masing masing aspek dan indikator yang diamati, selanjutnya dilakukan reduksi data (memilih) yang relevan untuk dijadikan acuan dalam

merumuskan “Model pengembangan usaha sektor UMKM” yang sesuai dengan karakteristik masyarakat kawasan wisata religi. Pemilihan indikator dari setiap aspek didasarkan pada jawaban pernyataan “ya” yang masuk dalam kategori tinggi, karena isi pernyataannya ini menggambarkan suatu harapan pelaku UMKM atas perubahan yang terkait dengan pengembangan usaha, oleh karena itu perumusan ini bertujuan untuk menghasilkan suatu rumusan: “Model pengembangan usaha sektor UMKM yang efektif” maka dapat diuraikan sebagai berikut:

3.1 Penentuan Titik Krusial Pengembangan Usaha Sektor UMKM

Penentuan titik krusial merupakan tahapan untuk menentukan aspek penting yang menjadi kelemahan atau aspek yang penting yang harus diperhatikan terkait pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu pemetakan karakteristik yang terkait dengan proses pengembangan usaha sektor UMKM harus dicermati secara seksama sekaligus dijadikan instrumen untuk mengidentifikasi indikator penting yang akan dipertimbangkan untuk merumuskan suatu model yang relevan dengan karakteristik UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur. Untuk memberikan dasar pemikiran yang sistematis dan logis keterkaitan antara titik kritis dan perumusan model, maka dapat diuraikan secara detail sebagai berikut:

1. Penguatan Kelembagaan

Berdasarkan *Mapping* karakteristik penguatan kelembagaan sebagaimana yang ditampilkan pada gambar: 1, menunjukkan bawah tujuh titik krusial tersebut sangat urgen untuk diperhatikan dalam rangka merumuskan “Model pengembangan usaha sektor UMKM” dengan uraian sebagai berikut:

- a. Koperasi sebagai salah satu badan hukum yang memiliki peran strategis dalam pengembangan usaha sektor UMKM, harus dioptimalkan perannya dalam rangka membangun penguatan kelembagaan sehingga perlu dipertimbangkan secara bijak dalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM.
- b. Koperasi seharusnya dapat menjadi instrumen dalam menjembatani kepentingan UMKM melalui fungsinya sebagai pusat layanan, pusat pelatihan serta pusat pendampingan dalam rangka pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu harus menjadi pertimbangan dalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM.
- c. Koperasi juga memiliki peran penting dalam membangun kemitraan dengan pihak lain, lembaga pembiayaan dan lembaga perguruan tinggi. Melalui upaya kemitraan diharapkan koperasi mampu bekerja sama dalam penyelenggaraan pusat layanan, pusat pelatihan dan pusat pendampingan pada aspek manajemen UMKM, oleh karena itu peran koperasi dalam membangun kemitraan perlu memperoleh perhatian dalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM.

2. Penguatan Mitra Usaha

Berdasarkan *Mapping* karakteristik penguatan mitra usaha sebagaimana yang ditampilkan pada gambar: 2, menunjukkan bawah ketujuh titik krusial tersebut sangat urgen untuk mendapat perhatian dalam rangka merumuskan “Model pengembangan usaha sektor UMKM”. Penguatan mitra usaha merupakan upaya membangun akses sumberdaya yang efektif dan efisien. Untuk memberikan fokus pada titik krusial tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Koperasi harus mampu memainkan perannya dalam membangun kemitraan usaha dengan rekan bisnis lainnya, sehingga dapat membangun akses sumber daya yang lebih luas bagi pelaku UMKM baik yang menyangkut akses input maupun proses bisnisnya, sehingga pelaku UMKM memiliki banyak pilihan didalam memperoleh sumberdaya input dan mengolahnya melalui proses manajemen yang memadai untuk memberikan nilai ekonomis yang lebih baik bagi konsumennya khususnya dalam memberi layanan kualitas terbaiknya.
- b. Koperasi seharusnya mampu menjadi mediasi dalam membangun akses sumberdaya ekonomi yang efektif dan efisien melalui akses kemitraan dengan lembaga perbankan/pembiayaan dan lembaga perguruan tinggi. Melalui kemitraan ini diharapkan pelaku UMKM mampu

- memperoleh akses permodalan yang lebih kompetitif, mampu memperoleh dukungan untuk program pelatihan, program pendampingan dan mitra konsultasi dibidang pengembangan manajemen yang relevan dengan kebutuhan bisnisnya.
- c. Koperasi dan pelaku UMKM merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan sebagai pelaku usaha sektor informal khususnya dalam rangka menyediakan komoditi yang diperlukan konsumen yang berkunjung di kawasan wisata religi Jawa Timur. Dalam rangka untuk pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih berdayaguna maka diperlukan komunikasi yang lebih inten dengan kalangan masyarakat, tokoh agama dan mitra warga sekitarnya, oleh karena itu bermitra dengan lembaga perbankan dan lembaga perguruan tinggi, merupakan sumber kekuatan untuk mendukung penguatan mitra usaha, sehingga dapat mengungkit pengembangan usaha sektor UMKM menjadi lebih baik dan mampu menjamin tentang pengembangan secara berkelanjutan.
 - d. Kemitraan merupakan kemampuan manajemen dalam memanfaatkan sumber daya ekonomi yang tidak berwujud namun memberi manfaat untuk mengelola bisnisnya. Kemitraan dengan tokoh masyarakat, pemuka agama dan warga di sekitar lokasi usaha akan memberi dukungan dalam pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu dalam merumuskan model pengembangan usaha penguatan mitra usaha harus menjadi perhatian agar aktivitas bisnis sektor UMKM dapat berjalan dengan lancar serta mampu memperoleh akses yang lebih luas dengan pihak eksternal.

3. Penguatan Fungsi Manajemen

Berdasarkan *Mapping* karakteristik penguatan fungsi manajemen sebagai aspek yang relevan untuk menjelaskan model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang ditampilkan pada gambar 5.3 menunjukkan bahwa ketujuh titik krusial yang sangat urgen tersebut harus diperhatikan serta dipertimbangkan dalam rangka merumuskan “model pengembangan usaha sektor UMKM” dengan uraian sebagai berikut:

- a. Manajemen umum merupakan fungsi manajemen yang mendasari pengelolaan sumberdaya pisik yang dimiliki oleh perseorangan atau suatu organisasi yang melakukan aktivitas bisnis atau kegiatan lainnya. Manajemen umum memiliki orientasi pada aspek pengelolaannya. Manajemen umum merupakan komponen penting dalam mendukung penguatan fungsi manajemen agar suatu usaha dapat berjalan sesuai dengan kaidah tata kelola yang memadai, oleh karena itu aspek manajemen umum harus memperoleh perhatian dalam rangka merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM karena kontribusinya yang sangat urgen dalam mendukung fungsi operasional dalam bisnis.
- b. Fungsi manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan manajemen ketenagakerjaan merupakan fungsi operasional yang menjadi pilar utama dalam menjalankan aktivitas bisnis. Keberhasilan suatu bisnis banyak ditentukan oleh kemampuan manajemen dalam mengelola fungsi operasional ini, oleh karena itu dalam rangka merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM maka penguatan fungsi manajemen harus menjadi perhatian serius agar bisnis dapat berjalan sesuai dengan alur tata kelola sumberdaya yang memadai
- c. Pengembangan usaha merupakan proses memperluas akses jejaring dengan berbagai pihak khususnya dalam rangka memperluas pasar melalui pelayanan produk yang lebih berkualitas dibanding dengan apa yang ditawarkan oleh pihak lain. Berlaku kreatif dan berbudaya inovatif merupakan satu kebutuhan untuk menciptakan nilai tambah ekonomis dalam memberi pelayanan kepada konsumen, sedangkan pemanfaatan teknologi informasi merupakan instrumen yang diperlukan untuk mempermudah dalam meningkatkan akses informasi, oleh karena itu dalam rangka merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, maka penguatan manajemen terkait dengan pengembangan ide kreatif dan budaya inovatif harus dijaga keberlanjutannya agar usaha sektor UMKM terus berkembang selaras dengan perubahan yang terjadi di tengah persaingan pasar global dengan pasar konvensional yang berada di kawasan wisata religi Jawa Timur.

4. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Berdasarkan *Mapping* karakteristik pemanfaatan teknologi informasi sebagai aspek yang relevan untuk menjelaskan model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang ditampilkan pada gambar 5.4 menunjukkan bahwa ketujuh titik krusial yang sangat urgen tersebut harus diperhatikan serta dipertimbangkan dalam rangka merumuskan “model pengembangan usaha sektor UMKM” dengan uraian sebagai berikut:

- a. Pemanfaatan teknologi informasi konsumen memberikan banyak pilihan terkait dengan berbagai kebutuhan dan keinginan selera pasar. Akses kepada konsumen akan menjadi rujukan pelaku UMKM untuk menyediakan produk atau layanan jasa yang selaras dengan keinginan konsumennya, oleh karena itu pemanfaatan teknologi informasi konsumen yang memadai tentu akan membantu para pelaku UMKM untuk menyediakan komoditi barang dan jasa yang terbaik melebihi dari yang lainnya.
- b. Pemanfaatan teknologi informasi terkait dengan akses pemasok akan memberi alternatif serta kecepatan dalam mengambil keputusan terkait dengan pasokan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan selera pasar. Akses dengan pemasok menempati posisi yang sangat strategis untuk diperhatikan, oleh karena itu pemanfaatan akses teknologi informasi yang memadai akan membantu serta mempermudah akses terkait informasi dengan pemasok.
- c. Pengelolaan usaha yang baik memerlukan dukungan yang baik pula terhadap aspek ketenagakerjaan, pemasaran dan keuangan khususnya dalam penyediaan informasi yang terkait dengan aspek tersebut. Pemanfaatan teknologi informasi ketenagakerjaan, pemasaran dan keuangan merupakan aspek yang urgen untuk diperhatikan dalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu semakin layak akses informasi ketenagakerjaan, pemasaran dan keuangan tentunya akan memberi peluang pengembangan usaha sektor UMKM menjadi semakin baik.
- d. Berperilaku kreatif dan membangun budaya inovatif dalam satu organisasi usaha membutuhkan dukungan sistem informasi yang layak agar kondisi ini mampu memberi kontribusi riil untuk pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu kemampuan pelaku bisnis didalam pemanfaatan teknologi informasi untuk membangun perilaku kreatif dan budaya inovatif tentunya akan mmepercepat dalam pengembangan usaha sektor UMKM menjadi lebih baik.

5. Penguatan Mitra *Stakeholder*

Mengacu pada *Mapping* karakteristik penguatan mitra *stakeholder* sebagai aspek yang relevan untuk menjelaskan model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang ditampilkan pada gambar: 5. menunjukkan bahwa ketujuh titik krusial tersebut sangat urgen untuk diperhatikan dan pantas dipertimbangkan dalam rangka merumuskan “model pengembangan usaha sektor UMKM” dengan uraian sebagai berikut:

- a. Pemasok merupakan mitra penting untuk menjamin keberlanjutan usaha sektor UMKM, karena ketersediaan berbagai komoditi untuk memenuhi keinginan konsumen akan terpenuhi manakala kemitraan dengan pemasok berjalan secara berkesinambungan. Penentuan pemasok memiliki peran yang strategis dalam rangka penguatan mitra *stakeholder*, oleh karena itu pengembangan usaha sektor UMKM akan tumbuh berkembang lebih cepat jika para pelaku usaha mampu menentukan pemasok yang memadai baik dari kriteria kuantitas maupun kualitas.
- b. Pegawai atau karyawan didalam suatu organisasi usaha memiliki peranan untuk menjalankan aktivitas bisnisnya, semakin mumpuni kompetensi pegawainya tentu akan semakin lancar didalam menjalankan operasional usahanya, oleh karena itu pengembangan usaha sektor UMKM akan menjadi semakin lancar jika pelaku UMKM mampu memiliki pegawai yang mumpuni dan kompeten didalam menjalankan usahanya baik dalam menerapkan aspek pelayanan serta aspek manajemennya.
- c. Kemitraan dengan perguruan tinggi, dinas pariwisata, lembaga pembiayaan dan lembaga perbankan dibutuhkan dalam rangka penguatan aspek manajemen bagi pelaku UMKM. Akses permodalan dan peningkatan kualitas manajemen lewat program pelatihan, pendampingan

dan mitra konsultasi merupakan instrumen penting didalam rangka pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu penguatan kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi dan lembaga lainnya perlu memperoleh perhatian didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, hal ini untuk mendorong tumbuh berkembangnya usaha sektor UMKM menjadi lebih cepat.

6. Pengembangan Berkelanjutan

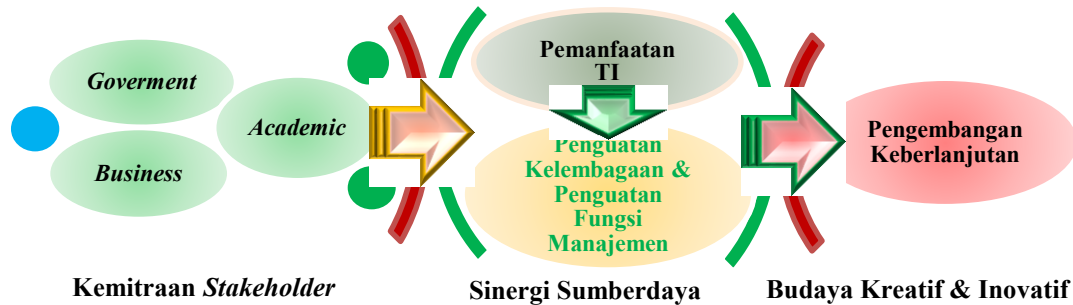
Mapping karakteristik aspek pengembangan berkelanjutan merupakan salah satu aspek yang relevan untuk mendeskripsikan model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang ditampilkan pada gambar: 6 Dalam gambar tersebut menunjukkan bahwa ketujuh titik krusial tersebut sangat urgen untuk diperhatikan dan pantas dipertimbangkan didalam merumuskan “model pengembangan usaha sektor UMKM”. Pengembangan berkelanjutan merupakan proses mengoptimalkan perilaku kreatif dan budaya inovatif yang menyangkut seluruh aspek aktivitas yang terjadi dalam organisasi karena hal ini akan memacu pengembangan berkelanjutan dengan uraian sebagai berikut:

- a. Perilaku kreatif dan budaya inovatif dalam membangun kemitraan dengan pihak memberikan kemanfaatan terhadap akses sumberdaya ekonomi yang lebih luas sehingga pelaku UMKM akan memperoleh berbagai inputan yang lebih efisien dan berkontribusi riil untuk membangun “*superior value*” baik pada produknya maupun layanan pada konsumen, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif sebagai unsur pengembangan keberlanjutan harus diperhatikan didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, karena hal ini akan memacu tumbuh berkembangnya usaha sektor UMKM menjadi lebih baik
- b. Perilaku kreatif dan budaya inovatif dalam pengembangan orientasi pasar baik yang berorientasi pada pelanggan maupun yang berorientasi pada pesaing tentu akan memberikan kontribusi dalam pengelolaan informasi yang komprehensif, sehingga memberi sumbangsih yang lebih baik dalam menciptakan kepuasan kepada konsumennya serta mampu melangkah lebih baik daripada apa yang dilakukan oleh pesaingnya walaupun kriteria persaingan dalam UMKM tidak sama dengan persaingan pada umumnya, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif sebagai unsur pengembangan keberlanjutan harus diperhatikan didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, karena hal ini akan memacu pertumbuhan usaha sektor UMKM menjadi lebih baik
- c. Menumbuhkan perilaku kreatif dan budaya inovatif didalam organisasi sendiri merupakan tantangan tersendiri didalam pengelolaan bisnis, karena hal in terkait dengan budaya organisasi itu sendiri baik yang menyangkut aspek komunikasi, gaya kepemimpinan, aspek sosial dan kesejahteraan, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif sebagai unsur pengembangan keberlanjutan harus diperhatikan didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, karena hal ini akan mendorong budaya kreatif dan inovatif yang lebih baik.
- d. Perilaku kreatif dan budaya inovatif dalam membangun kemitraan dengan pihak lembaga perguruan tinggi, kalangan birokrasi dan lembaga keuangan tentunya akan membuka akses sumberdaya ekonomi yang lebih luas sehingga memberi peluang yang lebih luas pula dalam memperoleh berbagai inputan yang lebih efisien serta berkontribusi riil untuk membangun “*superior value*” [2], baik pada akses permodalan, akses legalitas dan akses kompetensi manajemen, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif sebagai komponen pengembangan keberlanjutan harus diperhatikan didalam merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM, karena hal ini akan memacu tumbuh berkembangnya usaha sektor UMKM menjadi lebih baik

3.2 Rumusan Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM

Mengacu titik krusial yang ditemukan dalam pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana telah di uraikan tersebut diatas maka dapat dirumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM yang meliputi tiga tahapan yang terdiri dari: a) redesain kemitraan *stakeholder*, b) mensinergikan sumberdaya internal untuk pengembangan usaha sektor UMKM dan c) perilaku

kreatif dan budaya inovatif. Melalui tahapan ini diharapkan mampu menghasilkan model pengembangan usaha sektor UMKM yang ter-*integrated* dan efektif kawasan wisata religi di Jawa Timur.



Gambar 7: Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM

Model tersebut diatas dirumuskan melalui tiga tahapan, dimana tahapan satu dengan tahapan berikutnya merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan harus dilakukan secara berurutan agar menghasilkan model yang komprehensif, oleh karena itu rumusan model tersebut dapat diuraikan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Redesain Kemitraan *Stakeholder*

Tahapan ini melakukan identifikasi berbagai peran dan kontribusi yang dapat dilakukan oleh *stakeholder* baik dari kalangan pelaku bisnis (pemasok, lembaga pembiayaan), kalangan birokrasi (dinas koperasi & UMKM, Dinas pariwisata) dan lembaga perguruan tinggi sebagai upaya mendukung pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih efektif. Redesain merupakan langkah menata kembali terkait peran masing masing *stakeholder* agar lebih meningkatkan kontribusinya dalam membuka akses terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM yang sesuai dengan kompetensinya. Peningkatan peran *stakeholder* secara formal harus dikembangkan dalam bentuk kemitraan baik dengan pelaku UMKM yang berfungsi sebagai obyek dan koperasi yang berfungsi sebagai subyek [3], karena selama ini koperasi memiliki peran strategis untuk menjadi mediasi atau wadah pembinaan sekaligus alat perjuangan UMKM.

2. Sinergi Sumberdaya

Koperasi dan UMKM sebagai salah satu pelaku usaha di Indonesia memiliki sumberdaya yang masih belum dioptimalkan untuk kemajuan usahanya, hal ini tercermin pada lemahnya fungsi kelembagaan dan fungsi manajemennya [1], oleh karena itu upaya untuk penguatan kelembagaan, penguatan fungsi manajemen dan pemanfaatan teknologi informasi harus menjadi fokus dalam perumusan model pengembangan usaha sektor UMKM. Penguatan kelembagaan dan fungsi manajemen hanya dapat diwujudkan manakala koperasi sebagai alat perjuangan sektor UMKM mampu melakukan penguatan kemitraan dengan pihak lain yaitu:

- a. Lembaga perguruan tinggi yang diharapkan nantinya dapat menjadi mitra dalam pelaksanaan program pelatihan, program pendampingan dan program konsultasi mitra usaha, sehingga kemampuan aspek manajemen para pelaku UMKM menjadi lebih berkompeten sesuai dengan kebutuhan dari masing masing pelaku usaha.
- b. Mitra Usaha diharapkan nantinya akan membuka akses pengadaan barang dagangan yang lebih luas dan kompetitif serta mampu membuka akses pasar yang lebih efektif dalam jangkauan wilayah yang lebih luas, sehingga pelaku UMKM memperoleh akses sumberdaya yang lebih bervariasi dan membuka peluang usaha menjadi lebih baik lagi.
- c. Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Pariwisata dan dinas lainnya diharapkan nantinya akan memberi akses yang lebih luas terhadap aspek legalitas, aspek regulasi, aspek perlindungan

usaha (HKI) dan aspek promosi produk pada berbagai event nasional maupun internasional, sehingga dapat mengenalkan produk produk UMKM kepada pasar yang lebih luas baik pasar domestik maupun pasar internasional serta mampu mendorong pengembangan usaha sektor UMKM menjadi lebih baik.

- d. Sinergi sumberdaya internal merupakan upaya mengoptimalkan struktur dan sistem koperasi dan UMKM dalam semua aspek keorganisasiannya yang meliputi penguatan kelembagaan (peningkatan peran koperasi, komunitas), penguatan fungsi manajemen (ketenagakerjaan, pengolahan, pemasaran dan keuangan/akuntansi) serta pemanfaatan teknologi informasi (implementasi untuk semua aspek manajemen, kemitraan dan inovasi).

Proses penyelarasan dan harmonisasi peran yang berbeda untuk hasil yang lebih optimal bagi pengembangan usaha UMKM, tentunya membutuhkan upaya dan langkah sinergi dan *ter-integrated* melalui berbagai implementasi program bersama yang meliputi klinik layanan UMKM, program pelatihan manajemen, program pendampingan hasil pelatihan, bina mitra usaha untuk pengembangan UMKM, program riset serta publikasi terkait dengan aktivitas UMKM. Program pengembangan manajemen dapat dilakukan oleh semua *stakeholder*, namun tidak akan memberikan manfaat yang efektif jika tidak dilakukan sinkronisasi program secara terintegrasi, oleh karena itu diperlukan kesepahaman diantara pemangku kepentingan agar dapat menyumbangkan peran yang terbaik untuk pengembangan usaha sektor UMKM.

3. Perilaku Kreatif dan Budaya Inovatif

Pengembangan keberlanjutan merupakan satu kebutuhan bagi pelaku usaha agar eksistensi bisnisnya dapat terus berkelanjutan, karena hal ini merupakan bentuk representasi dari model pengembangan usaha sektor UMKM dimasa mendatang karena adanya tuntutan selera konsumen, adanya perubahan persaingan usaha, perubahan cara berbisnis, penggunaan media online, perkembangan bisnis yang serba kompleks serta keinginan pemiliknya untuk tumbuh berkembang menjadi lebih besar. Pengembangan keberlanjutan usaha ini harus didukung oleh perilaku kreatif dan budaya inovatif yang meliputi aspek kemitraan, aspek kelembagaan, aspek fungsi manajemen serta aspek pemanfaatan teknologi informasi dimana aspek satu dengan aspek yang lain saling *ter-integrated* menjadi satu kesatuan yang utuh dan memberikan nilai sinergis. Melalui perilaku kreatif dan budaya inovatif diharapkan pelaku usaha sektor UMKM mampu menciptakan nilai tambah dan memiliki daya saing yang kuat dalam bisnisnya [5], khususnya dalam upaya menyediakan komoditi barang dagangan, pelayanan dan komunikasi yang efektif tanpa meninggalkan nilai nilai budaya dan nilai kearifan lokal yang ada dan masih terjaga lestasi di tengah kehidupan masyarakat khususnya yang berada di kawasan wisata religi di Jawa Timur.

3.3 Pengujian Efektivitas Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM

Rumusan model tersebut masih belum diuraikan secara detail operasionalnya dan belum bisa diimplementasikan di lapangan, karena masih harus dilakukan tahap pengujian terkait dengan tingkat efektivitas atau kelayakan modelnya, oleh karena itu harus disusun instrumen yang sesuai dengan kebutuhan dan dipergunakan untuk mengungkap seberapa besar tingkat efektivitasnya. Instrumen merupakan suatu media yang dipergunakan untuk mengetahui persepsi dari pemangku kepentingan atau pihak lainnya yang terlibat dalam proses pengembangan usaha sektor UMKM dan unsur variabel serta indikatornya yang dapat dipergunakan untuk mengungkap tingkat efektivitas model yang telah dirumuskan. Pengujian efektivitas model di harapkan mampu menjadi seperangkat proses untuk menghasilkan kelayakan dan tingkat efektivitas model yang akan diterapkan dalam kelompok usaha UMKM di kawasan wisata religi Jawa Timur. Pengujian model merupakan proses rekonstruksi kondisi dan situasi yang dianggap sebagai cara yang praktis, ekonomis dan efektif untuk mengungkap apa yang dirancang dalam suatu model, dengan cara mendesain kuesioner berbentuk pertanyaan tertutup. Kuesioner ini dibagikan kepada 31 orang sebagai responden dengan suatu metode *purposive sampling* agar bersedia memberi penilaian/persepsi atas serangkaian pertanyaan yang telah disusun dengan harapan dapat menjadi

alat untuk mengukur tingkat efektivitas model sebagaimana yang telah dirumuskan sebagai model.

Desain kuesioner dalam pengujian model, menggunakan pengukuran skala *Likert* yaitu jenis pengukuran skala yang bertujuan untuk memperoleh persepsi atau sikap dari responden atas suatu pernyataan dengan memilih alternatif jawaban yang tersedia: 1) sangat tidak setuju/sangat tidak sesuai, 2) tidak setuju/ tidak sesuai, 3) sedang/cukup, 4) setuju/sesuai, dan 5) sangat setuju/sangat sesuai, atas pernyataan yang dinyatakan dalam kuesioner, sedangkan hasil pengukurannya menggunakan skala interval. Adapun tujuan dari desain pengukuran ini adalah ingin mengungkap tentang persepsi responden terkait dengan rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM secara obyektif agar hasilnya dapat diterapkan untuk koperasi dan sektor UMKM dalam rangka merekonstruksi penguatan aspek kelembagaan, aspek fungsi manajemen, pemanfaatan teknologi informasi pengembangan serta aspek kemitraan, sehingga model ini dapat menjadi rujukan dalam upaya pengembangan usaha sektor UMKM dimasa yang akan datang. Adapun tahapan dalam pengujian model dapat diuraikan secara sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi variabel beserta indikator yang ada didalam rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM
2. Menentukan jenis skala pengukuran didalam kuesioner dengan menggunakan skala Likert dan hasil pengukuran dengan menggunakan skala interval yaitu lima tingkatan/interval
3. Mendesain kuesioner yang dipergunakan untuk mengungkap persepsi pemangku kepentingan atas "Rumusan Model pengembangan usaha sektor UMKM"
4. Menyebarkan kuesioner kepada 31 responden (*purposive sampling*) kepada para pemangku kepentingan yang meliputi pelaku UMKM, koperasi, para pemerhati dan kalangan akademisi yang memiliki perhatian dengan UMKM yang berlokasi di wilayah obyek yang diteliti (kota Tuban, Lamongan, Gresik dan Surabaya)
5. Melakukan tabulasi data terkait hasil jawaban dari 31 responden, sehingga dapat mengungkap tingkat efektivitas "Rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM" sesuai dengan yang telah dipersepsi oleh responden atau *Stakeholder*, melalui data tabulasi akan dipergunakan untuk menganalisis tentang tingkat efektivitas model yang telah dirumuskan tersebut.
6. Melakukan telaah secara mendalam tentang persepsi pemangku kepentingan atas rumusan model yang telah dibuat, kemudian dievaluasi tentang kelemahannya untuk dilakukan penyempurnaan lebih lanjut.

Untuk memberikan gambaran detail terkait jawaban responden dan persepsi pemangku kepentingan atas "rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM" maka dapat disajikan secara detail dalam tabel: 13 sebagai berikut:

Tabel 13: Persepsi atas Efektivitas "Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM"

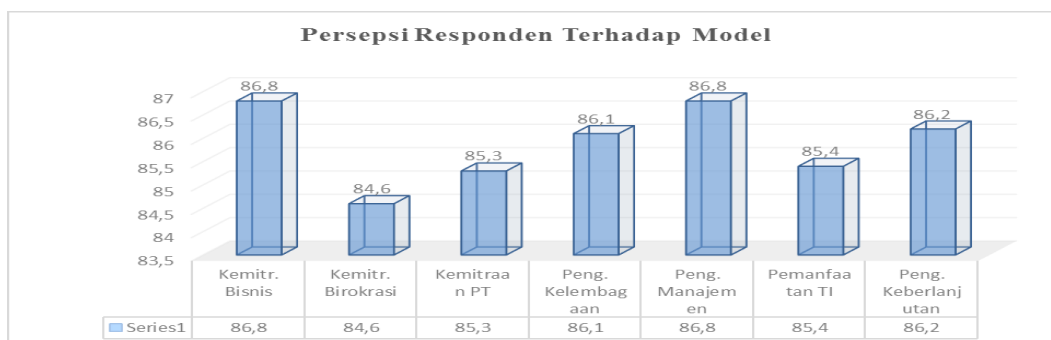
No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden					Nilai (%)
		1	2	3	4	5	
I. Kemitraan Dengan Bisnis							
1	Koperasi dan UMKM perlu menjalin kemitraan secara resmi dengan pelaku bisnis	-	-	3	15	13	86,5
2	Perlunya koperasi menjadi mediasi untuk membangun mitra antara pelaku bisnis dengan pelaku UMKM	-	-	2	16	13	87,1
3	Perlunya koperasi menjadi mediasi untuk membangun mitra antara pemasok dengan pelaku UMKM	-	-	1	17	13	87,7
4	Perlunya koperasi memiliki unit bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan komoditi usaha pelaku UMKM	-	-	3	16	12	85,8
5	Koperasi dan pelaku UMKM harus membangun sinergi dalam bentuk hubungan kemitraan usaha	-	-	2	16	13	87,1
6	Koperasi seharusnya hadir disetiap kawasan sentra UMKM dan menjadi mediasi untuk pengembangan usahanya	-	-	2	18	11	85,8
7	Koperasi harus mampu menjadi mediasi untuk menjalinkan kerjasama UMKM dengan lembaga bisnis lain	-	-	3	15	13	86,5

8	Koperasi harus mampu menjadi mediasi untuk menjalankan kemitraan bisnis UMKM dalam jangka panjang	-	-	2	15	14	87,7
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	86,8
II. Kemitraan Dengan Birokrasi							
1	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses legalitas	-	-	2	18	11	85,8
2	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses regulasi	-	-	2	19	10	85,2
3	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses bisnis/usaha	-	-	3	19	9	83,9
4	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses permodalan	-	-	4	18	9	83,2
5	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses manajerial	-	-	1	22	8	84,5
6	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses pasar	-	-	3	18	10	84,5
7	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses pendidikan	-	-	3	17	11	85,2
8	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara dinas koperasi & pelaku UMKM dalam akses inovasi usaha	-	-	4	15	12	85,2
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	84,7
III. Kemitraan Dengan Perguruan Tinggi							
1	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara perguruan tinggi & pelaku UMKM dalam akses kemitraan	-	-	2	19	10	85,2
2	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara perguruan tinggi & pelaku UMKM dalam konsultasi bisnis	-	-	4	16	11	84,5
3	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara perguruan tinggi & pelaku UMKM dalam program pelatihan	-	-	3	16	12	85,8
4	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dalam program pendampingan	-	-	2	16	13	87,1
5	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dalam pengembangan inovasi	-	-	4	16	11	84,5
6	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dalam pengembangan bisnis	-	-	3	15	13	86,5
7	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dalam pengembangan manajemen	-	-	2	19	10	85,2
8	Koperasi seharusnya mampu menjalankan kerjasama antara perguruan tinggi & UMKM dlm pengembangan berkelanjutan	-	-	2	21	8	83,8
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	85,3
IV. Penguatan Kelembagaan							
1	Setiap komunitas UMKM dalam kawasan sebaiknya memiliki lembaga koperasi sebagai wadah organisasi usahanya	-	-	2	17	12	86,5
2	Koperasi seharusnya mampu melakukan penguatan aspek keorganisasian dalam bentuk komunitas/paguyuban UMKM	-	-	2	15	14	87,7
3	Koperasi seharusnya mampu melakukan penguatan aspek keorganisasian dalam bentuk komunitas/paguyuban UM	-	-	4	14	13	85,8
4	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang membidangi aspek pengembangan UMKM	-	-	2	18	11	85,8
5	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang menangani aspek pengembangan kemitraan UMKM	-	-	3	18	10	84,5
6	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang menangani aspek pengembangan manajerial UMKM	-	-	4	15	12	85,2
7	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang menangani aspek legalitas UMKM	-	-	1	17	13	87,7
8	Koperasi seharusnya mampu memiliki struktur organisasi yang menangani aspek sumber pendanaan UMKM	-	-	3	16	12	85,8
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	86,2
V. Penguatan Fungsi Manajemen							
1	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan kemampuan manajemen bagi UMKM	-	-	3	15	13	86,5
2	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek manajemen pengolahan usaha UMKM	-	-	2	16	13	87,1

3	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek manajemen ketenagakerjaan UMKM	-	-	1	17	13	87,7
4	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek manajemen pemasaran UMKM	-	-	3	16	12	85,8
5	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek manajemen keuangan UMKM	-	-	2	16	13	87,1
6	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan aspek kreativitas dan inovasi usaha UMKM	-	-	2	18	11	85,8
7	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu aspek pengelolaan sumberdaya untuk UMKM	-	-	3	15	13	86,5
8	Koperasi seharusnya membangun kemitraan untuk membantu pengembangan daya saing UMKM	-	-	2	15	14	87,7
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	86,8
VI. Pemanfaatan Teknologi Informasi							
1	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek manajemen untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	2	18	11	85,8
2	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek ketenagakerjaan untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	3	16	12	85,8
3	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek pengolahan untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	4	14	13	85,8
4	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek pemasaran untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	2	19	10	85,2
5	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek keuangan untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	1	18	12	87,1
6	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek kreativitas & Inovasi untuk pengembangan UMKM	-	-	3	18	10	84,5
7	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi pengelolaan sumberdaya untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	4	18	9	83,2
8	Teknologi informasi harus mendukung untuk implementasi aspek daya saing untuk pengembangan usaha UMKM	-	-	2	18	11	85,8
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	85,4
VII. Pengembangan Berkelanjutan							
1	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek manajemen untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	1	18	12	87,1
2	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek ketenagakerjaan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan UMKM	-	-	3	17	11	85,2
3	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek pengolahan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	4	17	10	83,9
4	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek pemasaran untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	2	18	11	85,8
5	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek keuangan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	3	16	12	85,8
6	Perilaku kreatif dan budaya inovatif menjadi kebutuhan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	3	15	13	86,5
7	Perilaku kreatif dan budaya inovatif pengelolaan sumberdaya untuk mendukung pengembangan berkelanjutan UMKM	-	-	2	15	14	87,7
8	Perilaku kreatif dan budaya inovatif aspek daya saing untuk mendukung pengembangan berkelanjutan usaha UMKM	-	-	1	17	13	87,7
Total Nilai Persepsi Responden		-	-	-	-	-	86,2

Sumber: Diolah oleh Penulis

Mengacu pada nilai rata rata persepsi responden atas tujuh aspek yang ingin digunakan untuk mengungkap seberapa besar tingkat penerimaan model yang telah dirumuskan tersebut, maka menunjukkan bahwa jawaban responden memiliki nilai yang bervariasi. Nilai yang masih bervariasi ini menggambarkan bahwa kondisi pelaku sektor UMKM masih membutuhkan suatu perhatian dari kalangan stakeholder khususnya dalam merumuskan kebijakan pengembangan kualitas manajemennya. Agar memudahkan untuk memahami tingkat efektivitas rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang telah ditampilkan dalam tabel tersebut, maka untuk memberikan gambaran secara singkat dapat ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut.



Gambar 8: Persepsi Responden Terhadap Rumusan Model

Berdasarkan tabel: 13 dan gambar: 8 tersebut diatas menunjukkan bahwa “Rumusan model pengembangan usaha sektor UMKM” dipersepsi oleh pemangku kepentingan dengan rata rata nilai persepsi berkisar antara 84,68% - 86,77% untuk keseluruhan aspek yang ada didalam rumusan model. Hal ni menunjukkan bahwa model pengembangan usaha sektor UMKM yang telah dirumuskan tersebut dapat diterima secara layak untuk menjelaskan bagaimana suatu model pengembangan usaha dapat diimplementasikan pada usaha sektor UMKM kawasan wisata Religi di Jawa Timur. Untuk memberi gambaran rinci terkait hasil persepsi para pemangku kepentingan dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Kemitraan dengan pelaku bisnis : 85,81% - 87,74%
2. Kemitraan dengan birokrasi : 83,23% - 85,81%
3. Kemitraan dengan perguruan tinggi : 83,87% - 87,10%
4. Penguatan kelembagaan : 84,52% - 87,74%
5. Penguatan fungsi manajemen : 85,81% - 87,74%
6. Pemanfaatan teknologi informasi : 83,23% - 87,10%
7. Pengembangan keberlanjutan : 83,87% - 87,74%

Model pengembangan usaha sektor UMKM sebagaimana yang telah diuji berdasarkan persepsi pemangku kepentingan tersebut telah memberi makna bahwa pengembangan usaha sektor UMKM sebagai model cukup memadai namun hal ini belumlah cukup sebagai model yang siap diimplementasikan, oleh karena itu perlu dievaluasi kembali melalui *focus group discussion* sebagaimana yang akan dibahas dalam tahapan evaluasi efektivitas model.

3.4 Mengevaluasi Efektivitas Model Pengembangan Usaha UMKM

Berdasarkan persepsi dari 31 responden yang dipilih sebagai sampel sumber data dalam pengujian rumusan model, selanjutnya akan dikaji lebih mendalam melalui *focus group discussion* dari kalangan akademisi dan penggiat UMKM dengan tujuan untuk memperoleh masukan yang bersifat konstruktif dan masif, sehingga di hasilkan suatu “model pengembangan usaha sektor UMKM” yang lebih aplikatif dan sesuai dengan karakteristik dari pelaku UMKM kawasan wisata religi. Melalui *focus group discussion* (FGD) yang melibatkan tim peneliti dan kalangan akademisi, maka dapat direkomendasi beberapa catatan perbaikan model sebagai berikut:

1. Desain kemitraan *stakeholder*, keterlibatan pemangku kepentingan baik dari kalangan pelaku bisnis, birokrasi dan akademisi (PT) cenderung memiliki egosektoral yang sangat kuat, oleh karena itu dalam kemitraan *stakeholder* harus dilakukan secara *ter-integrated* agar para pemangku kepentingan mampu memberikan satu sumbangsih yang riil bagi pengembangan usaha sektor UMKM. Koperasi harus mampu meningkatkan perannya sebagai jembatan dalam menjalinkan kemitraan *stakeholder* dengan pelaku UMKM dalam rangka membuka akses bisnis, akses permodalan serta akses manajemen

2. Sinergi sumberdaya, koperasi harus lebih meningkatkan perannya sebagai media yang menjembatani antara pemangku kepentingan dengan pelaku UMKM, oleh karena itu sinergi sumberdaya UMKM harus dioptimalkan melalui penguatan kelembagaan, penguatan fungsi manajemen, pemanfaatan teknologi informasi agar pengembangan usaha sektor UMKM sebagai model mampu dipergunakan sebagai rujukan dalam pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur.
3. Perilaku kreatif dan budaya inovatif, menyangkut program jangka panjang yang harus dipersiapkan untuk memandirikan dan mendewasakan pelaku UMKM agar siap menghadapi persaingan global dan perubahan lingkungan bisnis, oleh karena itu perlunya di desain program ter-*integrated* dan berkelanjutan agar proses memandirian dan pendewasaan UMKM dapat berjalan secara natural [3], sehingga keberlanjutan dari usaha UMKM dapat terjamin melalui sistem dan bersifat masif.

Berdasarkan hasil rekomendasi dari pertemuan *focus group discussion*, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbaikan dan mendeskripsikan kembali “Model pengembangan usaha sektor UMKM” secara lengkap sehingga nantinya dapat diterapkan oleh pemangku kepentingan dan UMKM yang berada di kawasan wisata religi, bahkan penggunaan model ini tidak menutup bagi pelaku UMKM yang lain. Rumusan model ini tidak mengalami perubahan konsep, tetapi dilakukan suatu penyempurnaan yang terkait dengan kedalaman konten, oleh karena itu “model pengembangan usaha sektor UMKM” segera disusun menjadi dokumen model yang lengkap dan dapat dioperasionalkan sebagai rujukan dalam pengembangan usaha sektor UMKM. Model ini diharapkan dapat menjadi alternatif bagi pemangku kepentingan dan sektor UMKM sebagai rujukan dalam memainkan perannya dalam pengembangan usaha sektor UMKM dengan kesamaan karakteristik, oleh karena itu diharapkan model pengembangan usaha ini dapat menjadi alternatif model untuk pengembangan usaha sektor UMKM dan sektor usaha lain.

4. Pembahasan Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM

Tahap ini merupakan langkah terakhir dalam perumusan model, oleh karena itu pemodelan harus mencakup berbagai aspek permasalahan yang terjadi ditengah masyarakat. Pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi harus di kembangkan sesuai dengan karakteristiknya, oleh karena itu pengembangan model merupakan suatu kebutuhan, agar kedepannya UMKM dapat menjadi salah satu pelaku ekonomi yang mandiri dan kuat, oleh karena itu model pengembangan usaha sektor UMKM dapat diuraikan sebagai berikut:

4.1 Kemitraan Stakeholder

Pelaku UMKM yang berada dalam suatu komunitas (sentra) memerlukan kehadiran *Stakeholder* untuk memberikan support, karena kelompok ini memiliki potensi besar untuk memainkan perannya yang strategis dalam rangka mendorong pengembangan usaha sektor UMKM melalui penerapan manajemen yang memadai, oleh karena itu redesain kemitraan *stakeholder* menjadi upaya untuk mendukung terwujudnya pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih baik. UMKM sebagai salah satu pelaku usaha di Indonesia memiliki jumlah yang sangat besar serta memiliki kontribusi terhadap perekonomian regional dan nasional, namun kontribusinya masih belum maksimal karena berbagai kelemahan yang masih ada pada pelaku UMKM khususnya kelemahan pada aspek manajemennya. Berbagai kebijakan telah dilakukan oleh pemerintah maupun kalangan masyarakat, namun tetap saja UMKM belum meningkat pamornya dibandingkan dengan pelaku bisnis lainnya yaitu badan usaha swasta dan badan usaha milik negara atau daerah, karena berbagai kebijakan yang telah dilakukan oleh pemerintah belumlah cukup untuk menyentuh akar permasalahan yang terjadi pada kelompok usaha sektor UMKM.

Kehadiran badan usaha milik desa seharusnya dipandang sebagai potensi baru untuk mengangkat keberadaan UMKM sebagai alternatif kekuatan ekonomi baru karena secara kultural dan struktur memiliki ikatan yang kuat dengan pemerintahan desa. Selama ini *stakeholder* UMKM meliputi komponen *government*, *business* dan *academic (triple helix)*, dimana masing

masing memainkan perannya sesuai dengan domain yang dimilikinya, bahkan cenderung memainkan peran sesuai dengan ego sektoralnya, sehingga dampak manfaatnya kurang optimal bagi kepentingan dan perkembangan UMKM saat sekarang yang akan mendatang (wahyudiono, 2017). Redesain kemitraan *stakeholder* merupakan satu kebutuhan yang mendesak agar potensi yang dimiliki masing masing tidak sia sia baik dari aspek kebijakan, waktu, tenaga, manfaat dan biaya.

Kemitraan *stakeholder* membutuhkan suatu perangkat model agar berbagai pemangku kepentingan dapat menempatkan peran dan kontribusi pada porsi yang semestinya serta mampu membangun sinergi bersama dalam rangka mendorong penerapan manajemen dan pengembangan usaha sektor UMKM yang layak. Secara konseptual tiga kekuatan pemangku kepentingan mampu memberi kontribusi yang optimal, namun titik lemahnya adalah pada aspek penyatuan (*integrated*) didalam merumuskan suatu kebijakan, implementasi kebijakan dan monitoring hasil dari implementasinya, oleh karena itu jika memiliki suatu model tentu akan memberi satu arah yang lebih jelas didalam pengembangan usaha sektor UMKM, karena semua aspek aktivitas usaha sektor UMKM dapat berjalan sesuai dengan pola yang telah dirumuskan didalam model sehingga memudahkan bagi pelaku UMKM untuk melakukan evaluasi diri. Untuk memberi gambaran yang lebih jelas terkait dengan redesain kemitraan *stakeholder* UMKM dapat diuraikan sebagai berikut.

4.1.1 Kalangan Birokrasi

Kalangan birokrasi yang memiliki peran langsung atas keberadaan UMKM dan keberlanjutan pengembangan usaha sektor UMKM di Indonesia terdiri dari banyak unsur diantaranya departemen/kementerian, dinas, bagian maupun sub bagian di kalangan pemerintahan telah terbentuk dan telah menjalankan perannya sesuai dengan regulasi yang ada baik menyangkut pelaksanaan tugas maupun alokasi anggarannya. Tidak perlu diragukan lagi bahwa kalangan dari birokrasi yang terkait dengan pembinaan dan pengembangan usaha sektor UMKM telah di lakukan secara maksimal, namun permasalahan sektor UMKM bukanlah sederhana banyak yang harus diselesaikan melalui lintas kedinasan dan unsur lainnya. Permasalahan perijinan, lemahnya sumberdaya manusia, akses sumber permodalan, praktek manajemen, pemanfaatan teknologi informasi dan permasalahan lainnya, oleh karena itu membutuhkan langkah sinergi dengan kelembagaan lainnya agar kalangan birokrasi mampu mengoptimalkan perannya sesuai dengan domain dan kewenangan yang dimilikinya, diantaranya meliputi langkah sebagai berikut:

1. Memiliki program ter-*integrated* lintas kedinasan atau lintas instansi agar dapat menyusun program terpadu terkait dengan keberadaan UMKM yaitu dari dinas koperasi UMKM, dinas pariwisata dan lembaga lainnya karena secara spesifik masing masing kota dan kabupaten memiliki karakteristik yang berbeda beda, karena itu pemilihan program terpadu dapat menghilangkan ego sektoral dari masing masing lembaga kedinasan, karena permasalahan UMKM bukan tugas dari satu kedinasan saja tetapi tugas bersama, sehingga semua penanganan masalah UMKM berjalan secara efektif dan efisien, khususnya terkait dengan program pelatihan, pendampingan usaha, pengembangan usaha, pengembangan kualitas, penguatan kelembagaan, penguatan fungsi manajemen, pemanfaatan teknologi informasi bagi pelaku UMKM
2. Perlunya melakukan kerjasama dengan lembaga pembiayaan setempat, minimal menyusun kebijakan terkait dengan prioritas perkreditan bagi pelaku UMKM di wilayahnya, hal ini sangatlah penting karena akses UMKM terhadap lembaga pembiayaan masih sangat lemah, khususnya tersedianya jaminan program kredit tanpa anggunan bagi pelaku UMKM yang memperoleh skala prioritas untuk program usaha tertentu, oleh karena itu kerjasama dengan lembaga pembiayaan (perbankan, leasing dan modal ventura) muntlak harus dilakukan agar aktivitas usaha UMKM dapat tumbuh berkembang dengan baik serta mandiri.
3. Perlunya melakukan kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi setempat khususnya terkait dengan program pelatihan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia bagi pelaku UMKM. Kerjasama ini sangatlah penting mengingat adanya keterbatasan kompetensi instruktur, waktu dan biaya, oleh karena itu cukup realitis jika kerjasama ini diarahkan pada upaya peningkatan kualitas bagi pelaku UMKM. Perguruan tinggi memiliki sumberdaya yang

memadai dibidang riset, hal ini sangat dibutuhkan oleh kalangan birokrasi dalam rangka menyusun program prioritas yang terkait dengan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, sehingga kepemilikan program prioritas terkait dengan permasalahan UMKM dapat mendorong pada terwujudnya peran kemitraan birokrasi dalam pengembangan usaha sektor UMKM yang efektif dan produktif. Kemitraan dengan kalangan perguruan tinggi sebaiknya lebih difokuskan pada kegiatan yang berorientasi pada pengembangan kompetensi, aspek kewirausahaan, aspek fungsi manajemen, aspek kemitraan bisnis dan pemanfaatan teknologi informasi agar sektor UMKM dapat tumbuh berkembang dengan kemampuan manajerial yang mumpuni dan mandiri sekaligus mempersiapkan diri untuk menghadapi persaingan bisnis regional dan pasar global yang berbasis teknologi informasi.

4.1.2 Kalangan Bisnis

Kemitraan dengan pelaku bisnis merupakan upaya untuk memperkuat akses yang lebih luas atas input dan keberlanjutan usaha sektor UMKM, hal ini tercermin pada kemitraan yang terkait dengan pasokan komoditi barang dagangan, pasokan bahan baku dan penguatan akses pasar, oleh karena itu kemitraan dengan kalangan bisnis harus diarahkan untuk membangun penguatan peran koperasi, penguatan kelembagaan, agar usaha sektor UMKM kawasan wisata religi ini secara terstruktur dan formal memiliki legalitas dan badan hukum.

Pelaku bisnis terdiri dari berbagai profesi yang melakukan bisnis dalam satu wilayah tertentu, baik yang memiliki hubungan atau yang tidak memiliki hubungan dengan pelaku UMKM. Namun pelaku bisnis dapat mempengaruhi keberlanjutan UMKM di masa yang akan, oleh karena itu perlunya dioptimalkan perannya dalam rangka mendukung pengembangan dan pengelolaan UMKM. Pelaku bisnis terdiri dari badan usaha milik negara/daerah, badan usaha swasta dengan berbagai profesi dan bidang usaha. Beberapa pelaku bisnis yang memiliki peran secara langsung dengan UMKM diantaranya adalah lembaga perbankan atau lembaga pembiayaan lainnya, oleh karena itu optimalisasi peran lembaga perbankan harus berkontribusi secara langsung dengan pengembangan dan pengelolaan bisnis UMKM, baik untuk kepentingan jangka pendek maupun kepentingan jangka panjang.

Lembaga perbankan yang berdomisili di suatu wilayah seharusnya memiliki program pembiayaan yang dapat mendukung jenis kebutuhan dana yang selaras dengan karakteristik bisnis UMKM, hal ini tentu membutuhkan satu kerjasama tim yang ter-*integrated* dengan lembaga atau institusi lainnya. Lembaga perbankan di wilayah tertentu sebaiknya memahami betul nilai nilai kearifan lokal maupun nilai budaya masyarakat setempat, agar nantinya dapat mendesain program pembiayaan yang sesuai dan relevan dengan karakteristik UMKM di daerah. Optimalisasi peran kemitraan dengan kalangan bisnis dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Lembaga perbankan seharusnya melakukan kerjasama dengan lembaga terkait dalam rangka mendukung pengembangan sektor UMKM, dengan harapan dapat diperoleh informasi yang relevan dan menemukan skala prioritas terkait dengan kebutuhan jenis pembiayaan dari pelaku UMKM. Hal ini sangat penting bagi lembaga perbankan karena fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit kepada pihak yang membutuhkannya tidak terkecuali dalam hal ini adalah pelaku UMKM, oleh karena itu perbankan harus memandang pentingnya program kemitraan dengan cara memberi perhatian pada pelaku UMKM melalui program klinik pengajuan kredit, program pelatihan pengelolaan kredit, program pendampingan tata kelola usaha pasca penerimaan kredit maupun klinik pengembangan bisnis, bahkan jika memungkinkan harus mengarahkan pelaku UMKM untuk masuk dalam pasar global melalui kegiatan ekspor komoditi yang memiliki daya saing bagus untuk pasar internasional.
2. Lembaga leasing seharusnya juga melakukan kerjasama dengan lembaga terkait dalam rangka pengembangan usaha sektor UMKM yang sedang membutuhkan modal kerja jangka panjang yang mungkin kurang layak dari aspek perbankan, namun sangat mungkin dipenuhi melalui lembaga leasing, karena selama ini lembaga leasing lebih banyak memberikan pendanaan dalam bentuk modal jangka panjang seperti kredit sepeda motor, mesin pabrik dan peralatan mesin lainnya, oleh karena itu dengan membuka akses yang lebih luas untuk sektor

UMKM tentu akan membuka peluang yang lebih besar dalam penyaluran dana yang lebih produktif. Lembaga leasing selama ini lebih mudah pelayanannya dan persyaratan kreditnya juga tidak serumit lembaga perbankan, maka dengan skala prioritas dan program khusus untuk pembiayaan sektor UMKM tentunya sektor ini akan tumbuh berkembang sesuai dengan karakteristik bisnisnya.

3. Badan usaha milik negara/daerah dan badan usaha swasta lainnya juga memiliki peran yang penting dalam mendorong pengembangan usaha sektor UMKM, oleh karena itu perlunya kelompok ini mengalokasikan dan memprioritaskan program *corporate social responsibility* (CSR) untuk membantu program pengembangan kualitas manajemen UMKM diwilayahnya, program modal bergulir, membuka akses pasar untuk produk UMKM dan program lain yang bertujuan mendorong pengembangan usaha sektor UMKM. Kerjasama dengan lembaga perbankan juga dapat dilakukan melalui program penyaluran kredit bergulir bagi pelaku UMKM, dimana perusahaan menempatkan dana CSR nya di perbankan tertentu, sedangkan perbankan menyalurkan dalam bentuk kredit sesuai dengan skala prioritas dan rekomendasi yang diberikan oleh pemilik dana tersebut. Kerjasama dengan lembaga perguruan tinggi juga dapat dilakukan melalui program klinik pelayanan bisnis UMKM, program pelatihan dan program pendampingan aspek manajemen. Melalui kolaborasi program kerjasama terintegrasi antar lembaga merupakan bentuk jawaban untuk mewujudkan optimalisasi peran *stakeholder* dalam mendukung pengembangan usaha sektor UMKM dari aspek manajemen dan aspek permodalan serta memandirikan keberadaan usaha sektor UMKM dalam menghadapi persaingan global dan bisnis yang berkelanjutan.
4. Pedagang besar, pemasok barang dagangan dan bahan baku merupakan mitra yang sangat dibutuhkan oleh usaha sektor UMKM saat sekarang, mengingat aspek legalitas yang masih belum dimilikinya kelompok UMKM, seharusnya setiap sentra UMKM dapat mengoptimalkan peran koperasi sebagai mitra bersamanya karena koperasi yang sudah memiliki legalitas badan hukum minimal dapat menjadi perantara antara kalangan bisnis tersebut dengan kelompok UMKM, oleh karena itu koperasi harus mengoptimalkan orientasi fungsinya menjadi lebih luas lagi, bukan hanya bermitra dalam aspek peningkatan manajerial saja tetapi sudah mengarah pada aspek bisnis yang mendukung pengembangan usaha sektor UMKM, dengan demikian antara koperasi dan sektor UMKM telah terjadi perubahan peran mitranya yaitu sebagai bapak angkat dan anak angkat terhadap sektor UMKM, sehingga keduanya telah berubah menjadi hubungan mutualisma artinya membangun hubungan yang saling menguntungkan keduanya.
5. Optimalisasi pemanfaatan bantuan dana desa, beberapa tahun terakhir ini telah digulirkan program bantuan desa dari pemerintah pusat yang tujuan utamanya adalah untuk menstimuli dan memperkuat sektor ekonomi yang berbasis rakyat (ekonomi pedesaan). Bantuan dana ini dapat dimanfaatkan untuk membentuk Badan Hukum Milik Desa (BUMDes), oleh karena itu peran dan kompetensi seorang kepala desa sangat besar andilnya dalam membuka keterisolan akses perekonomian desa dengan perekonomian kota. Kepala desa beserta jajarannya seharusnya mampu memilih program yang memiliki keberpihakan terhadap usaha sektor UMKM di wilayahnya, dengan cara mengoptimalkan sumberdaya alam yang ada diwilayahnya untuk ditransformasi menjadi sumberdaya ekonomi yang memberi nilai tambah bagi masyarakat, diantaranya mengangkat potensi alamnya, desa wisata, hasil pertanian/perkebunan dan potensi sumberdaya lain yang mungkin memiliki aspek nilai kearifan lokal, nilai budaya, nilai sosial dan nilai kultural lainnya, dengan mengoptimalkan peran BUMDes diharapkan akan memberi kontribusi terhadap pengembangan usaha sektor UMKM diseluruh wilayah desa yang ada di Jawa Timur.

4.1.3 Kalangan akademik

Perguruan tinggi dipandang sebagai *stakeholder* yang memiliki peran sangat strategis untuk mendukung pengembangan bagi UMKM dimasa mendatang, karena perguruan tinggi memiliki kekuatan dibidang riset dan sumberdaya manusia yang mumpuni untuk mewujudkan program klinik manajemen, pelatihan kompetensi di bidang manajemen serta program lain yang

relevan dengan pengembangan kualitas manajemen UMKM. Perguruan tinggi harus mampu menjadi *agent of development*, namun kenyataan yang terjadi perguruan tinggi masih berfokus pada pemenuhan program legalitas saja, masih belum mampu mengembangkan perannya sebagai agen perubahan, oleh karena itu perlunya optimalisasi peran yang lebih riil agar kedepannya perguruan tinggi mampu memainkan perannya sebagai agen dan pelaku perubahan dibidang ilmu pengetahuan.

Seharusnya pemerintah mendorong secara riil untuk mewajibkan secara ketat bahwa setiap perguruan tinggi harus memiliki program bina mitra dengan pelaku UMKM atau dengan masyarakat desa tertentu secara terjadwal dan berkelanjutan, agar keberadaan sentra UMKM yang tersebar di berbagai daerah dapat memperoleh sentuhan manajemen yang memadai melalui program mitra bersama. Kelemahan perguruan tinggi saat sekarang adalah tidak memiliki program berkesinambungan pada kelompok masyarakat atau sentra UMKM, sedangkan program pengabdian pada masyarakat yang dilakukan saat sekarang hanya bersifat parsial dan tidak ada kelanjutannya sehingga hasilnya tidak memiliki efek jangka panjang bahkan efek jangka pendekpun hampir tidak ada karena mengabaikan karakteristik yang ada pada pelaku UMKM, oleh karena itu perlu langkah konkrit untuk optimalisasi peran perguruan tinggi dalam mendukung pengembangan UMKM sebagai berikut.

1. Perlunya perguruan tinggi mendesain kebijakan kurikulum kewirausahaan dan program magang mahasiswa secara *ter-integrated* dengan program risetnya baik untuk tingkat perguruan tinggi, fakultas/jurusan maupun program riset dosennya sehingga program ini mampu mendukung perannya sebagai agen perubahan di tengah masyarakat, karena ikut secara langsung untuk merubah aspek kualitas manajemen bagi pelaku UMKM melalui program klinik manajemen, program pelatihan manajemen, program pendampingan hasil pelatihan dan bina mitra, sehingga program ini memberi efek langsung pada kualitas manajemen UMKM
2. Perlunya perguruan tinggi melakukan program kemitraan dengan lembaga perbankan di wilayah tersebut khususnya melakukan pendampingan pada pelaku UMKM dan masyarakat pasca penerimaan kredit dari lembaga perbankan, agar pengelolaan kredit dapat dilakukan secara efektif. Program pendampingan UMKM dapat dikemas melalui program pengabdian masyarakat yang selama ini masih berjalan kurang efektif karena tidak adanya kemitraan dengan lembaga lain, oleh karena itu jika ada program kerjasama dengan lembaga perbankan tentunya perguruan tinggi dapat mengoptimalkan perannya melalui riset dan pengabdian masyarakat khususnya yang terkait dengan program pengembangan usaha sektor UMKM yang berada di wilayah kerjanya.
3. Perlunya perguruan tinggi memiliki program riset unggulan dibidang UMKM, mengingat selama ini sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian regional maupun nasional, namun sumbangsuhnya yang diberikan masih belum optimal, hal ini dikarenakan masih rendahnya tingkat komitmen dan pemanfaatan fungsi manajemen untuk pengelolaan usaha sektor UMKM. Program riset *ter-integrtaed* bertujuan untuk menemukan solusi dari berbagai permasalahan yang sering muncul didalam aktivitas sektor UMKM, khususnya dari aspek manajemen dan bisnis, oleh karena itu program riset dapat membantu dalam menyusun skala prioritas untuk penanganan problem pengelolaan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur.
6. Perlunya kerjasama dengan instansi pemerintah khususnya dinas terkait dengan UMKM (Dinas Koperasi & UMKM, Dinas Pariwisata, Dinas Tatakota), dengan fokus pada pelaksanaan program bina mitra, pelatihan, pendampingan dan riset yang berkaitan dengan penerapan model manajemen dan pengembangan usaha sektor UMKM. Kendala instansi pemerintah adalah ketersediaan waktu untuk melakukan pendampingan dan monitoring atas hasil pelatihan, oleh karena itu melakukan kerjasama dengan lembaga lain tentu dapat menjaga terlaksananya program pengembangan sektor UMKM secara keberlanjutan serta menyiapkan pelaku UMKM secara mandiri agar nantinya siap menghadapi persaingan global di era bisnis digital.

4.2 Sinergi Sumberdaya UMKM

Sumberdaya UMKM berasal dari sumber internal maupun sumber eksternal, namun jika kita amati sumber internal sangatlah terbatas, karena pada umumnya pelaku UMKM bukan sebagai pelaku bisnis murni melainkan sebagai sumber mata pencaharian (sumber penghidupan), hal ini tercermin dari karakteristik para pelaku UMKM kebanyakan mereka yang gagal masuk sektor formal atau karena korban dari pemutusan hubungan kerja (PHK). Rata-rata mereka menekuni usaha sektor UMKM sebagai pilihan alternatif bukan karena pilihan sejak awal, sehingga awal usahanya selalu dimulai dengan coba-coba berdasarkan sekedar keterampilan yang dimilikinya, oleh karena itu pengetahuan manajemennya yang dimiliki sangatlah terbatas bahkan beberapa tahun awal mereka harus jatuh bangun dalam kegagalan, namun modal terbesarnya adalah motivasi dan semangat untuk menghidupi keluarganya. Sedangkan sumberdaya eksternal bagi pelaku UMKM sangat tidak terbatas, justru sumberdaya ini berada ditengah masyarakat menyatu dengan unsur nilai budaya, nilai sosial, nilai kearifan lokal, nilai spritual dan nilai keinginan selalu bisa dalam kegiatan usaha. Sinergi sumberdaya UMKM merupakan upaya untuk menghimpun dan mengoptimalkan kekuatan sumberdaya internal dan eksternal yang dimiliki dalam rangka memperkuat dan mendukung pengembangan usaha sektor UMKM di kawasan wisata religi Jawa Timur. Untuk memberi gambaran yang lebih rinci terkait dengan sinergi sumberdaya UMKM tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

4.2.1 Penguatan Kelembagaan

Penguatan kelembagaan merupakan proses untuk membentuk perangkat organisasi atau alat kelembagaan agar aktivitas usaha sektor UMKM dapat berjalan sesuai kebutuhannya. Secara umum penguatan kelembagaan lebih mengarah pada peningkatan fungsi kerja yang mengatur hubungan aktivitas antar kelembagaan baik yang sudah ada atau yang perlu ditambahkan, sehingga proses pengembangan usaha sektor UMKM dapat berjalan secara optimal. Penguatan kelembagaan dapat dilakukan melalui optimalisasi fungsi koperasi dan komunitas (paguyupan) yang di harapkan mampu mendorong proses pengembangan usaha sektor UMKM berjalan secara efektif, berkelanjutan dan mandiri, oleh karena itu penguatan kelembagaan meliputi:

1. Peran Koperasi, lembaga koperasi saat ini memiliki peran yang sangat strategis membawa misi perubahan pada sektor UMKM, oleh karena itu restrukturisasi fungsi koperasi harus dioptimalkan khususnya dalam menjembatani aktivitas usaha UMKM dengan pihak terkait. Setiap kelompok usaha atau sentra UMKM seharusnya menginduk pada koperasi sebagai badan hukumnya agar aktivitas sektor UMKM terlindungi legalitas atau setiap kelompok usaha atau sentra UMKM harus membentuk wadah koperasi agar aktivitas yang terkait dengan pihak eksternal memiliki wadah badan hukum, sehingga kiprah UMKM dalam membangun kemitraan dengan pihak eksternal akan menjadi lebih kuat, hal ini yang dirasa masih kurang berjalan secara masif. Reposisi fungsi koperasi harus diwujudkan dalam rangka misi perubahan pada perilaku bisnis sektor UMKM khususnya aspek manajemen, kemitraan, akses permodalan dan pengembangan keberlanjutan. Fungsi koperasi dimasa mendatang seharusnya bukan fokus pada sektor usaha saja tetapi harus mengarah pada sentra pelayanan manajemen, program pelatihan, pendampingan hasil pelatihan, sentra HKI, pendampingan pengembangan usaha dan kemandirian pelaku UMKM. Hal ini akan terwujud jika koperasi dapat melakukan kerjasama dengan kalangan birokrasi, lembaga perguruan tinggi dan pelaku bisnis, dengan demikian para pelaku UMKM yang terhimpun dalam wadah koperasi menjadi lebih mudah untuk memperoleh dan mengikuti program bina mitra, pelatihan, pendampingan hasil pelatihan, akses permodalan dan akses lainnya yang terkait dengan program pengembangan usaha sektor UMKM.
2. Peran komunitas (paguyupan), untuk beberapa kegiatan sektor UMKM masih ada yang memerlukan hadirnya komunitas (paguyupan) agar kegiatannya dapat berjalan secara terorganisasi. Komunitas ini umumnya bersifat informal, namun cukup efektif untuk kelompok usaha tertentu, sehingga aktivitasnya memiliki arah yang lebih jelas, tidak berjalan secara liar dan menghindarkan terjadinya konflik diantara mereka sendiri. Paguyupan tukang ojek, pedagang di kawasan wisata, pemandu wisata dan lainnya umumnya pelakunya

terhimpun dalam sektor jasa dan keberadaannya sangat mendukung aktivitas sektor UMKM, oleh karena itu keberadaan wadah komunitas (paguyupan) merupakan upaya untuk penguatan kelembagaan dalam rangka mendukung pengembangan usaha sektor UMKM. Beberapa wadah paguyupan yang selama ini masih eksis di tengah masyarakat kita diantaranya paguyupan pedagang buah, pedagang kawasan wisata, jasa pemandu, tukang ojek dan masih banyak lagi, oleh karena itu model paguyupan ini seharusnya dapat diarahkan sebagai embrio terbentuk koperasi di masa mendatang, melalui wadah koperasi maka keanggotaan pelaku UMKM secara legalitas terlindungi badan hukum, sehingga untuk melakukan kemitraan dengan pihak eksternal akan menjadi lebih formal (kerjasama usaha, akses modal dan peningkatan kompetensi manajerial).

4.2.2 Penguatan Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen merupakan serangkaian kegiatan terstruktur yang memiliki tujuan untuk memberi peningkatan kualitas manajemen pada kelompok pelaku UMKM baik aspek manajemen ketenagakerjaan, manajemen manufaktur, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan/akuntansi. Penguatan pada fungsi manajemen diarahkan untuk meningkatkan kompetensi dan kemampuan praktek manajemen untuk pengelolaan usaha sektor UMKM, oleh karena itu penguatan pada fungsi manajemen sektor UMKM memerlukan kemitraan dengan lembaga lainnya utamanya lembaga perguruan tinggi, lembaga perbankan dan pembiayaan, birokrasi serta pelaku bisnis. Penguatan fungsi manajemen bertujuan untuk menjadikan para pelaku UMKM memiliki modal keterampilan dan wawasan dibidang manajemen, sehingga kedepannya mampu mengelola usahanya berdasarkan sistem dan model yang efektif dan efisien, khususnya untuk memandirikan pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan global dan mengarah pada pengembangan berkelanjutan. Adapun penguatan fungsi manajemen meliputi aspek:

1. Manajemen ketenagakerjaan, untuk penguatan aspek ini harus diarahkan untuk transformasi kemampuan dan kompetensi pelaku sektor UMKM yang berada di kawasan wisata religi dengan fokus pada aspek manajerial (pengelolaan usaha), pengembangan keberkelanjutan usaha, kemandirian manajemen yang dinamis seiring terjadinya perubahan pasar dan persaingan bisnis. Kendala besar pada sektor UMKM adalah lemahnya kompetensi para pelakunya, hal ini tidak lepas dari rekam jejak mereka, dimana mereka menjadi pelaku usaha bukan sebagai pebisnis tetapi kondisi yang memaksanya menjadi pelaku UMKM, oleh karena itu penguatan fungsi manajemen merupakan transformasi besar tentang pola pikir modern bagi pelaku UMKM, karena usahanya harus dapat berkembang agar keberadaannya memberi kontribusi positif bagi penciptaan lapangan kerja dan menggerakkan perekonomian masyarakat.
2. Manajemen pengolahan bahan, untuk penguatan aspek ini sebaiknya koperasi sebagai induk kelembagaan sektor UMKM mengarahkan aktivitasnya untuk membangun kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi, pelaku bisnis lainnya sebagai upaya meningkatkan keterampilan aspek manufaktur. Penguatan pada aspek manufaktur lebih kompleks karena meliputi aspek desain (rancangan pada produk), kemasan dan taste, oleh karena ini diperlukan program pelatihan yang lebih tertata, program pendampingan hasil pelatihan dan program Monev yang terstruktur, agar kemampuan pelaku UMKM benar banar mampu menciptakan produk yang berkualitas dan memiliki keunikan tersendiri, khususnya dalam mentransformasi nilai budaya, nilai sosial, nilai kearifan lokal dan nilai spritual masyarakat kedalam produk unggulan UMKM.
3. Manajemen pemasaran, untuk penguatan pada aspek pemasaran harus lebih di fokuskan pada pemilihan keragam produk, keunikan komoditi barang dagangan dan karakteristik produk yang mencerminkan nilai estetika dan nilai kearifan lokal. Penguatan fungsi pemasaran juga memerlukan program pelatihan yang terkait dengan penataan barang, seni komunikasi dengan konsumen serta upaya membangun hubungan personal dengan konsumen dengan satu harapan dapat menciptakan ikatan psikologis dengan pembelinya, oleh karena itu penguatan aspek pemasaran harus dilakukan dengan membangun kemitraan secara terpadu antara

koperasi, perguruan tinggi, birokrasi dan pelaku bisnis agar pelaku sektor UMKM memiliki kemampuan yang mumpuni untuk mengelola pelanggan, komoditi barang dagangan dan pengembangan usaha untuk jangka panjang.

4. Manajemen keuangan/akuntansi, penguatan aspek keuangan/akuntansi untuk sektor UMKM sangat sederhana karena aktivitas usahanya masih belum besar. Sektor UMKM yang berada di kawasan wisata religi kebanyakan masuk dalam skala mikro, oleh karena itu penguatan aspek keuangan lebih difokuskan pada pentingnya memisahkan antara kepentingan usaha dengan keperluan keluarga, hal inilah yang masih sering dilakukan oleh kelompok usaha sektor UMKM, sehingga mereka sendiri sangat kesulitan mengukur capaian kinerja selama ini, sehingga pengembangan usaha mereka juga menjadi tidak jelas karena ketidak mampuan memisahkan dua kepentingan yang berbeda. Untuk jangka pendek fokus penguatan manajemen keuangan lebih diarahkan pada cara mengukur beban biaya usaha dengan keperluan keluarganya, agar mereka dapat membuat perhitungan laba untuk keperluan akses permodalan yang lebih besar.

4.2.3 Pemanfaatan Teknologi Informasi

Teknologi informasi di era sekarang sudah menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan umat manusia baik untuk keperluan pribadi maupun kepentingan bisnis, bahkan tiada hari tanpa penggunaan teknologi, oleh karena itu teknologi harus dapat dimanfaatkan untuk mendukung kelancaran usaha UMKM, minimal untuk keperluan komunikasi dengan mitra usahanya. Teknologi informasi bukan piranti baru dalam dunia usaha, tetapi sudah menjadi bagian dalam sistem organisasi, terutama untuk mendukung pengelolaan sumberdaya fisik yang dimilikinya, oleh karena itu pelaku sektor UMKM harus mulai komitmen untuk memanfaatkan teknologi informasi untuk pengelolaan bisnisnya yang meliputi:

1. Pemanfaatan teknologi informasi untuk manajemen, teknologi informasi bukan hal yang baru dalam sistem manajemen, justru teknologi informasi harus dapat dimanfaatkan untuk mendukung implementasi manajemen, sehingga fungsi manajemen dapat berjalan secara efektif dan efisien baik manajemen keuangan, pengolahan bahan, ketenagakerjaan dan pemasaran, untuk memberikan rincian tentang fungsi manajemen tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.
 - a. Manajemen ketenagakerjaan, teknologi informasi minimal dapat membantu pelaku sektor UMKM didalam mengelola tenaga kerjanya, guna menunjang monitoring dan evaluasi aktivitas tenaga kerjanya, sehingga pengawasan akan menjadi efektif. Pemanfaatan teknologi informasi bukan mesti harus menggunakan aplikasi yang canggih dan *complicated* tetapi HP berbasis androidpun sudah lebih dari cukup bagi pelaku UMKM, karena yang di butuhkan adalah kemampuan untuk komunikasi yang efektif dan tepat guna.
 - b. Manajemen pengolahan bahan, pemanfaatan teknologi informasi untuk manajemen pengolahan bahan, lebih difokuskan untuk monitoring dan evaluasi proses manufaktur terutama yang terkait dengan penentuan skedul kebutuhan bahan, kesiapan tenaga kerja, tersedianya bahan penunjang dan skedul penyelesaian barang jadi, sehingga informasi yang diperoleh dapat dipergunakan untuk menentukan target pengiriman barang sesuai dengan pesanan yang telah disetujui. Pemanfaatan teknologi informasi untuk aspek pengolahan bahan (manufaktur) bagi pelaku UMKM dapat dilakukan lewat HP yang berbasis adroid, yang diperlukan bukan kecanggihannya tetapi manfaat informasi untuk pengambilan keputusan yang efektif dan tepat sasaran.
 - c. Manajemen pemasaran, pemanfaatan teknologi informasi untuk manajemen pemasaran sudah tidak dapat ditawar lagi bagi pelaku UMKM. selama ini telah memanfaatkan HP sebagai media komunikasi dan sumber informasi yang efektif dan efisien untuk pengelolaan aspek pemasaran. Pemanfaatan teknologi informasi yang paling utama adalah untuk mengkomunikasikan tentang barang dagangan dari pemasok, barang yang dijual maupun akses komunikasi dengan pembeli. Selama ini penggunaan HP sudah

- cukup baik dalam rangka membangun komunikasi, namun dalam jangka panjang dapat meningkatkan manfaat aplikasi dari HP sebagai pusat informasi baik untuk keperluan dengan pihak rekanan maupun dengan pihak pembeli, sehingga manajemen pemasarannya dapat dikelola secara efektif dan efisien.
- d. Manajemen keuangan/akuntansi, pemanfaatan teknologi informasi untuk manajemen keuangan/akuntansi dapat diarahkan untuk pengelolaan sumber dana, minimal untuk monitoring dan evaluasi arus kas dapat dilakukan dengan cara yang efektif. Pemanfaatan HP berbasis android sudah lebih dari cukup bagi pelaku UMKM, yang terpenting adalah mampu menyediakan informasi yang terkait dengan skedul pembayaran hutang, saldo keuangan yang dimiliki setiap saat, sehingga informasi arus kasnya dapat membantu pelaku UMKM untuk pengambilan keputusan yang efektif dan efisien.
 2. Pemanfaatan teknologi informasi untuk kemitraan, pemanfaatan informasi yang terkait dengan kemitraan membutuhkan berbagai jenis informasi yang relevan dengan kebutuhannya. Kemitraan bagi pelaku UMKM memiliki makna penting karena mereka membutuhkan akses dengan pihak luar, terutama akses legalitas, akses permodalan, akses kerjasama dan lainnya. Pentingnya kemitraan adalah untuk memperkokoh usaha yang dikembangkan selama ini, teknologi informasi dapat memanfaatkan fasilitas yang ada pada perangkat HP nya, karena dalam aplikasi HP yang dimilikinya sudah cukup untuk membangun komunikasi yang efektif dengan mitra bisnisnya minimal sumber informasi sudah dapat diperoleh dari perangkat tersebut, oleh karena itu HP bagi pelaku UMKM adalah media sekaligus perangkat yang efektif sebagai sumber teknologi informasi, sehingga kemitraan dapat dibangun dengan cara yang efektif dan efisien.
 3. Pemanfaatan teknologi informasi untuk inovasi, era teknologi informasi yang luar biasa ini, pelaku UMKM dapat memanfaatkan fasilitas yang ada di HP nya sebagai sumber informasi yang efektif dan murah. Perilaku kreatif dan budaya inovatif dapat dilakukan oleh setiap pelaku UMKM dengan cara memanfaatkan informasi yang ada didalam aplikasi HP-nya. HP dapat menjadi media serta sumber informasi untuk melakukan inovasi yang terkait dengan usahanya baik dari aspek produk, pelayanan bahkan untuk membangun kemitraan baru dengan pihak lainnya, oleh karena itu HP dan perangkat aplikasi yang ada harus dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM sebagai sumber kreativitas dan inovasi yang berguna untuk pengembangan usahanya.
 4. Pemanfaatan teknologi informasi untuk pasar, pemanfaatan teknologi informasi yang terkait dengan pasar terdiri dari dua aspek yaitu informasi terkait dengan pembeli dan informasi terkait dengan pesaing. Media dan sumber informasi tetap memanfaatkan fasilitas aplikasi yang ada didalam HP androidnya, namun jenis informasi harus dipilah pilah sesuai dengan kebutuhan. Informasi terkait dengan pembeli harus diarahkan untuk memahami kebutuhan dan keinginan selera pembeli, sedangkan informasi terkait dengan pesaing diarahkan untuk memahami dan menemukan tren baru yang terjadi di tengah masyarakat, oleh karena itu pelaku UMKM harus benar benar memahami peta kebutuhan serta keinginan konsumennya, disinilah pelaku UMKM dapat menemukan mitra baru yang terkait dengan pasokan barang dagangan yang selaras dengan tren pasar sehingga pasar dapat dipahami dengan benar sehingga memberikan kontribusi yang positif baginya.

4.2.4 Kelembagaan Koperasi

Koperasi merupakan salah satu pelaku bisnis yang memiliki hubungan erat dengan keberadaan dari sektor UMKM, bahkan UMKM adalah anak kandung dari badan koperasi, oleh karena itu dimana ada kelompok usaha (sentra UMKM) tentu koperasi harus hadir ditengah tengahnya, bahkan koperasi seharusnya menjadi alat perjuangan bagi UMKM, oleh karena itu kelembagaan koperasi harus diperkuat baik koperasi sebagai badan hukum yang bermotif bisnis maupun koperasi sebagai alat perjuangan bagi UMKM. Kelembagaan koperasi yang kuat dan searah dengan misi pengembangan usaha sektor UMKM, maka didalam koperasi harus dilakukan restrukturisasi dan penguatan fungsi kelembagaan, sehingga koperasi sebagai alat perjuangan bagi UMKM akan dapat direalisasi melalui kegiatan sebagai berikut:

1. Koperasi seharusnya memperkuat kelembagaannya dengan mengembangkan divisi/unit yang khusus memberi pelayanan pada pengembangan sektor UMKM seperti Divisi bina mitra, pusat pelatihan manajemen, pusat pendampingan hasil pelatihan, pusat konsultasi dan keberlanjutan sektor UMKM. Pengembangan divisi ini diharapkan lebih fokus untuk meningkatkan kualitas dan kompetensi bagi pelaku UMKM pada aspek manajeriannya, sehingga kedepannya pelaku UMKM akan mampu mandiri dalam menyongsong masa depannya dan mandiri dalam menghadapi persaingan pasar global.
2. Koperasi seharusnya memperkuat kelembagaannya dengan membuat divisi kerjasama (kemitraan) dengan pihak stakeholder UMKM, baik dari kalangan birokrasi, pelaku bisnis dan kalangan perguruan tinggi. Melalui pengembangan divisi kemitraan diharapkan koperasi mampu menjadi jembatan untuk menjalin kemitraan dalam aspek akses permodalan, akses peningkatan kompetensi dan kualitas pelaku UMKM dan akses legalitas. Permasalahan utama dari pelaku UMKM adalah aspek legalitas, karena umumnya memang tidak memperhatikan aspek ini, yang penting dapat melakukan usaha baginya adalah keberkahan dan lebih dari cukup dalam hidupnya, oleh karena itu dengan koperasi sebagai induk sektor UMKM maka secara kelembagaan fungsi kemitraan secara formal dapat dilakukan oleh koperasi, namun muncul persoalan besar bagi koperasi darimana sumber pembiayaan untuk mengambil alih fungsi tersebut, disinilah dibutuhkan kearifan dari birokrasi, pelaku bisnis yang sudah besar maupun perguruan tinggi melalui program pengabdian masyarakat.
3. Koperasi seharusnya memperkuat kelembagaannya dengan membuat divisi yang usahanya lebih fokus dengan kegiatan sektor UMKM, jadi koperasi akan menjalankan dua fungsi sekaligus yaitu koperasi sebagai badan hukum yang menjalankan usaha sesuai dengan kompetensi dan pilihan, yang kedua koperasi sebagai alat perjuangan UMKM, hal ini tentu sangat berat karena selama ini koperasi hanya berfokus pada bisnisnya saja sulit berkembang apalagi sebagai alat perjuangan, oleh karena itu solusi yang tepat adalah melibatkan *stakeholder* melalui program *ter-integrated* dimana koperasi harus menjadi obyek sekaligus sebagai subyek. Melalui program ini diharap misi koperasi akan tercapai secara bersama sama, dengan demikian restrukturisasi kelembagaan koperasi harus dilakukan secara benar dan tepat agar koperasi sebagai pelaku usaha dan koperasi sebagai alat perjuangan UMKM dapat berjalan secara berdampingan sehingga kedepannya koperasi dan sektor UMKM benar menjadi soko guru ekonomi dan kekuatan ekonomi baik regional maupun nasional.

4.3 Perilaku Kreatif dan Budaya Inovatif

Perilaku kreatif merupakan cerminan bahwa bisnis harus dilakukan dengan ide ide baru agar dihasilkan barang yang berbeda dengan kondisi sebelumnya. Ide kreatif merupakan penghargaan atas gagasan pemikiran orang untuk membangun peradaban baru, oleh karena itu representatif dari pemikiran orang adalah ide ide kreatif untuk menghasilkan perubahan. Ide kreatif yang terus dijaga dan dipelihara secara berkesinambungan akan menghasilkan perilaku kreatif, selanjutnya perilaku kreatif yang didukung oleh sistem akan menghasilkan budaya inovatif. Kreatif dan inovatif merupakan sumber penciptaan daya saing, oleh karena itu usaha yang terus didukung oleh perilaku kreatif dan budaya inovatif akan mendorong menuju arah pengembangan berkelanjutan. Perilaku kreatif dan budaya inovatif harus diarahkan untuk mendukung penguatan fungsi manajemen, penguatan kemitraan dan aspek pasar, adapun perilaku kreatif dan budaya inovatif dapat diuraikan sebagai berikut:

4.3.1 Kreatif dan Inovatif Aspek Kemitraan

Kemitraan didalam sektor UMKM merupakan bagian untuk pengembangan usaha, oleh karena itu pelaku UMKM harus mampu mengidentifikasi kelembagaan mana yang harus diprioritaskan kemitraannya, karena prinsip dari kemitraan harus mampu memberi kontribusi pada pengembangan usaha sektor UMKM. Perilaku kreatif dan inovatif dalam kemitraan adalah membangun hubungan yang spesifik tetapi memberi manfaat yang besar. Adapun beberapa langkah strategis yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan ide kreatif dan inovatif dalam kemitraan adalah sebagai berikut:

1. Koperasi seharusnya memainkan peran yang lebih optimal lagi khususnya untuk menjalin kemitraan dengan pihak eksternal baik dengan kalangan birokrasi, pelaku bisnis serta kalangan akademisi. Kreatif dan inovatif dalam kemitraan dapat dilakukan dengan cara komunikasi informal melalui kegiatan forum yang informal pula, membuat komunitas, paguyupan dan kegiatan lain yang memberi peluang untuk dapat berkomunikasi dengan pihak luar tersebut dengan cara yang lebih komunikatif, sehingga kemitraan dapat berjalan lebih nyaman dan semua tujuan kerjasama dapat dikomunikasikan kapan dan dimana saja.
2. Koperasi idealnya harus menjadi wadah pelaku sektor UMKM untuk bernaung, oleh karena itu secara pro aktif koperasi harus mendatangi kelompok atau sentra UMKM yang berada disekitar wilayah kerjanya atau koperasi harus dibentuk jika disekitar kawasan sentra UMKM belum ada koperasi yang menaunginya, jadi tiada ada pemisahan antara koperasi dan sektor UMKM, minimal telah ada paguyupan atau kelompok usaha yang menjadi wadah kegiatan sektor UMK. Kreatif dan inovatif dalam kemitraan ini dapat memanfaatkan media kesenian atau komunitas lain, yang diutamakan adalah setiap peluang untuk membangun komunitas, agar kemitraan koperasi dan sektor UMKM dapat berjalan dengan harmonis

4.3.2 Kreatif dan Inovatif Pada Aspek Manajemen

Aspek manajemen dalam sektor UMKM menjadi titik lemah dalam upaya pengembangan usaha selama ini, hal ini dapat dimaklumi karena secara historis para pelaku sektor UMKM pada umumnya bukanlah pilihan jalan hidup sebagai profesinya melainkan kondisi yang memaksanya untuk menjadi pelaku UMKM, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif bukan diarahkan pada konsep manajemennya tetap justru pada implementasinya. Untuk memberikan gambaran secara detail dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penataan kompetensi kualitas ketenagakerjaan merupakan bagian paling penting dalam pengembangan usaha sektor UMKM, mengingat historis keberadaan sektor ini sejak dahulu hingga sekarang. Sektor ini lebih banyak dimasuki oleh sektor informal maka pola untuk menata ketenagakerjaannya juga harus bersifat informal, oleh karena itu perilaku kreatif dan inovatif yang terkait dengan aspek ini harus melalui program kemitraan dengan lembaga perguruan tinggi, program CSR oleh Badan Usaha Milik Negara dan program pendampingan oleh lembaga swadaya masyarakat. Melalui pola kemitraan diharapkan pengembangan sumber daya manusia sektor UMKM akan berjalan lebih baik daripada dilakukan secara formal karena selama ini mereka tidak dapat meninggalkan pekerjaannya terlalu lama hanya untuk kepentingan pelatihan, bagi mereka bekerja adalah kehidupan bagi keluraganya.
2. Pengembangan aspek manajemen pemasaran sifatnya jauh lebih sederhana, bila dibandingkan dengan aspek ketenagakerjaan, karena selama ini fokus utama dari para pelaku UMKM adalah berjualan. Proses perjalanan bisnisnya adalah jual komoditi barang dagangan, oleh karena itu perilaku kreatif dan inovatif yang terkait aspek pemasaran harus lebih diarahkan pada kemampuan pelayanan dan komunikasi dengan konsumennya atau dengan pemasoknya, karena ini menjadi mata rantai bisnis yang ditekuni selama ini. Fasilitas aplikasi yang ada di android mereka harus di optimalkan untuk kepentingan pemasaran, minimal mengetahui tren selera konsumen yang terus berubah sesuai dengan eranya terutama terkait dengan usaha kuliner, asesoris, pakaian dan cenderamata. Kemampuan dalam mentransformasi nilai budaya, nilai sosial, nilai kearifan lokal dan nilai spritual masyarakat kedalam produk dan jasa tentu menjadi kunci sukses dalam perilaku kreatif dan inovatif dalam aspek pemasaran.
3. Pengembangan pada aspek manajemen pengolahan (manufaktur) fokusnya lebih diarahkan pada sektor pengolahan hasil pangan, hasil pertanian, hasil perikanan, hasil perkebunan dan peternakan bahkan untuk pecinta tanaman dan bunga. Hal ini memang sesuai dengan karakteristik sektor pengolahan yang selama ini sering dijadikan komoditi olahan, oleh karena itu perilaku kreatif dan budaya inovatif harus diarahkan pada proses pengolahan yang memenuhi syarat higien, daya tahan produk, cara pengemasan dan pengiriman produk. Melalui kemitraan dengan badan sertifikasi (BPOM), lembaga perguruan tinggi dan pelaku

bisnis modern diharapkan akan mampu memberi pengetahuan dan keterampilan riil bagi pelaku sektor UMKM.

4. Pengembangan aspek keuangan/akuntansi bagi pelaku UMKM tidaklah rumit, karena selama ini mereka sudah mampu mengelola usahanya dengan baik meski semuanya dilakukan dalam lingkup yang kecil. Perilaku kreatif dan inovatif harus diarahkan bagaimana mereka memisahkan uang untuk kepentingan bisnis dan uang untuk kepentingan keluarga, serta memaknai arti penting nilai uang karena selama ini mereka tidak berorientasi pada bisnis tetapi berorientasi pada kehidupan, oleh karena itu membawa mereka menuju arah yang benar dalam mengelola keuangan bukanlah hal yang mudah karena keinginan mereka untuk memenuhi kebutuhan keluarga seringkali mengaburkan kepentingan usahanya.

4.3.3 Kreatif dan Inovatif Pada Aspek Pasar

Pemahaman tentang pasar pada usaha sektor UMKM tidaklah serumit kita bicara pasar di perusahaan modern, pasar bagi pelaku sektor UMKM adalah rejeki karena konsumen yang mendatangi dan membeli barang mereka adalah rejeki yang telah ditentukan, walaupun pembeli berjubel mereka tidak pernah gagal paham atas apa yang terjadi, karena mereka yakin bahwa rejekinya sudah diatur oleh Sang Pencipta alam semesta ini, demikian pula mereka memandang pesaing yang ada di lingkungannya, mereka tidak pernah memandang pesaing melainkan saudara dalam berusaha, inilah satu keunikan usaha sektor UMKM di kawasan wisata religi di Jawa Timur, untuk menggambar lebih detail tentang konsumen dan pesaing (pasar) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Orientasi pelanggan, pembeli menurut pelaku sektor UMKM adalah orang mau datang ke stan usahanya, bertanya dan berkomunikasi, bukanlah mereka harus membeli barang dagangannya, tidak jadi membelipun mereka adalah pelanggan karena pendapatan (rejeki) mereka sudah ada yang mengatur, keyakinan dalam prinsip hidup inilah yang kadang turut menghambat perkembangan usahanya, usaha berdampingan dengan saudara saudara mereka adalah bentuk kesuksesan dalam bisnisnya, bukannya usaha mereka yang berkembang menjadi raksasa, oleh karena itu perilaku kreatif dan inovatif harus lebih difokuskan tentang bagaimana cara membangun komunikasi yang lebih efektif dengan pembelinya sehingga pembeli tetap hadir untuk membeli barang dagangannya bukannya hanya numpang lewat dan bertanya tanya.
2. Orientasi pesaing, pesaing dalam sektor UMKM adalah teman/saudara, tidak tercermin tingkat persaingan yang saling menjatuhkan satu dengan yang lain, semua pedagang yang ada disekelingnya ada mitra bersama, yang ingin maju dan tumbuh bersama. Karakteristik semacam ini sudah berkembang ditengah kehidupan masyarakat, oleh karena itu perilaku kreatif dan inovatif dalam pasar sektor UMKM harus diarahkan untuk membangun komunitas, paguyuban dan koperasi. Melalui kelembagaan koperasi secara formal dan legal, diharapkan akan menjadi lebih mudah untuk membangun kemitraan dengan pihak eksternal baik dengan kalangan birokrasi, pelaku bisnis modern dan kalangan perguruan tinggi, sehingga melalui induk koperasinya sektor UMKM ini dapat berkembang dan tumbuh sesuai dengan karakteristiknya. Budaya kebersamaan pelaku sektor UMKM sudah dibentuk melalui wadah informal seperti arisan, pengajian dan wadah silaturahmi lainnya, jika hal ini dapat dilakukan secara berkelanjutan maka bicara persaingan dalam sektor UMKM justru wadah membangun kemitraan, malahan anggota masyarakat yang tidak masuk dalam wadah informalnya mereka akan terasing dalam lingkungan usaha sektor UMKM.

4.3.4 Kebutuhan Pengembangan Berkelanjutan

Pengembangan model usaha merupakan salah satu kebutuhan jangka panjang bagi pelaku usaha sektor UMKM, karena UMKM berada dalam wilayah persaingan bisnis yang bersifat *complicated* namun tidaklah rumit, oleh karena itu didalam perumusan model pengembangan usaha sektor UMKM perlu dikemukakan bahwa pengembangan usaha merupakan satu kebutuhan bisnis yang harus dipertimbangan, mengingat perbaikan sistem manajemen pengelolaan UMKM bertujuan untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik, sehingga perbaikan kinerja UMKM juga

menuntut pada pengembangan usaha UMKM di masa mendatang, karena adanya perubahan bisnis dan persaingan global [4]. Beberapa catatan yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Menyusun kebutuhan kelompok masyarakat atau pelaku UMKM tentang model pelatihan yang terkait dengan pengembangan usahanya. Identifikasi ini dapat dilakukan melalui program penelitian terlebih dahulu sehingga dapat dirumuskan berbagai kebutuhan pelatihan yang dapat mendorong kemajuan usaha UMKM. Model manajerial, pengelolaan usaha atau tata kelola, sering menjadi kendala terbesar bagi pelaku UMKM, oleh karena itu setiap lembaga pendidikan tinggi dapat menentukan prioritas pelatihan sesuai dengan bidang keilmuan yang ada pada lembaganya.
2. Menyusun kebutuhan sumberdaya yang terkait dengan implementasi program bina mitra untuk setiap obyek dan kurun waktu tertentu (idealnya dua tahun). Orientasi kebutuhan sumberdaya dapat diprioritaskan pada penentuan jadwal, pemilihan mitra bina dengan sekelompok UMKM, kebutuhan jenis pelatihan, jumlah dosen dan mahasiswa yang ikut dilibatkan dalam program pelatihan, pendampingan sampai pada pengembangan.
3. Melakukan kemitraan dengan kalangan pemerintahan atau pelaku bisnis untuk sinkronisasi dengan program pemerintah atau program *corporate* lainnya dalam rangka pemenuhan sumber dana, agar implementasi program pelatihan dan pendampingan dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
4. Menentukan skala prioritas program CSR yang akan dilakukan oleh *corporate* baik menyangkut program kegiatan, jumlah dana yang dialokasikan, sasaran dan target yang diinginkan serta kelompok masyarakat atau pelaku UMKM yang memperoleh kesempatan untuk program CSR
5. Melakukan evaluasi program CSR dan bina mitra dengan kalangan pendidikan tinggi agar menghasilkan program berkelanjutan untuk pelaku UMKM yang lebih terintegrasi dan holistik sehingga berdampak positif pada kemajuan dan keberlanjutan kegiatan masyarakat dan usaha UMKM.
6. Pemerintah sebagai unsur regulator seharusnya mampu untuk menyusun suatu regulasi yang memberi perlindungan terhadap UMKM, mengingat jumlahnya yang sangat besar dan terbukti telah memberi kontribusi terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat melalui kiprahnya di sektor UMKM.
7. Memberi sanksi tegas terhadap *corporate* yang tidak melakukan program CSR sesuai dengan regulasi yang ada, dengan regulasi yang jelas tentu semua pihak dapat saling mendukung upaya pengembangan UMKM yang berorientasi pada kemitraan. Lembaga pendidikan tinggi, *corporate* dan pemerintah daerah yang berada dalam satu wilayah yang sama (tingkat kecamatan) dapat saling bermitra untuk mengembangkan eksistensi dan keberlanjutan sentra UMKM yang ada di wilayahnya, sehingga UMKM bukan sebagai obyek tetapi juga menjadi subyek dalam perekonomian suatu negara, sehingga keberadaannya dapat memperkuat perekonomian nasional dan berkontribusi secara riil dalam bagi kesejahteraan masyarakat kawasan wisata religi di Jawa Timur.
8. Optimalisasi nilai budaya, nilai sosial, nilai kearifan lokal dan nilai spritual merupakan nilai peradaban suatu kelompok warga yang tetap terjaga dan dipelihara dalam lingkungan komunitasnya, karena memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakatnya. Nilai nilai ini akan turut mewarnai dalam aspek kehidupan warga dan tercermin dalam perilakunya dalam kesehariannya, baik dalam kehidupan maupun aktivitas usaha, oleh karena itu nilai masyarakat ini sebenarnya merupakan sumber daya yang dapat dioptimalkan kontribusinya karena memiliki nilai spiritual dalam rangka mendorong kehidupan yang lebih baik, usaha yang lebih berkembang dan selalu menjaga serta melestarikan nilai dan norma norma serta etika dalam kehidupan. Hal ini tentu akan mewarnai corak kehidupan masyarakatnya baik dalam komunitas warga maupun aktivitas bisnisnya. Nilai nilai masyarakat yang bersifat positif adalah keunikan bahasa, adat istiadat, cagar alam, berpakaian, pola komunikasi dan lainnya, jika hal ini dapat diinovasi dan diimplementasikan kedalam aktivitas usahanya tentu akan menjadi nilai yang unik dan dapat mencerminkan karakteristik bagi masyarakat.

9. Keinginan menjadi lebih baik, sebagian dari masyarakat kita memiliki karakter ingin menjadi lebih baik dalam segala aspek kehidupannya, tentu ini merupakan sumberdaya yang bersifat *intangibile*, sifat ini mampu menjadi pendorong dalam pengembangan masyarakat, karena sudah tercermin dalam norma kehidupan, nilai etika dan nilai norma agama. Karakteristik ini tentu mempermudah proses terbentuknya nilai tambah dalam aktivitas masyarakat karena sudah muncul motivasi diri yang kuat, spirit untuk berubah dan kemampuan bertahan dalam menghadapi setiap tantangan hidup, oleh karena itu keinginan menjadi lebih baik merupakan sumber kekuatan bagi masyarakat sendiri, tentunya layak untuk dipertimbangkan dalam setiap upaya pemberdayaan masyarakat, karena hal ini akan mempermudah proses pengembangan usaha sektor UMKM dengan segala aspek yang ada padanya dan harus dijaga dan dipelihara dengan memperhatikan nilai-nilai budaya, sosial, kearifan lokal dan spiritual yang ada dimasyarakat.
10. Bakat keterampilan, masyarakat yang berdomisili disuatu kawasan, biasanya memiliki bakat secara alami berupa keterampilan yang diperoleh lewat faktor keturunan maupun faktor lingkungan, oleh karena itu nilai tambah masyarakat harus dioptimalkan dalam rangka mendorong kegiatan ekonomi yang lebih berdayaguna dan bermartabat bagi kesejahteraan warganya. Bakat keterampilan ini muncul secara alami biasanya berupa keterampilan didalam memanfaatkan sumberdaya alami, keuletan dalam berkarya, bertahan dalam kesulitan, tetap mengoptimalkan potensi alam sekitar dan berperilaku kreatifif serta budaya inovatif dalam berkarya. Tanpa disadari bakat keterampilan ini mendukung proses transformasi sumberdaya alam ke dalam kegiatan produktif yang bernilai tambah ekonomis serta turut memacu perkembangan kegiatan masyarakat dan sentra UMKM yang berada di kawasan tersebut.
11. Pelaku usaha mikro dan kecil sebagian besar masih dilakukan oleh kelompok masyarakat marginal, jumlah pelakunya sangat besar namun skala usahanya masih sangat kecil, oleh karena itu pelaku sektor UMKM masih membutuhkan program pelatihan, pendampingan hasil pelatihan pada seluruh aspek manajerial yang ada terutama pada peningkatan kompetensi manajemen, pengelolaan hasil usaha, akses pasar, akses permodalan, akses pemanfaatan teknologi informasi dan membangun jejaring (kemitraan). Jumlah UMKM Jawa Timur sangat besar dan terbukti memberi kontribusi terhadap perekonomian serta peningkatan bagi kesejahteraan masyarakatnya walaupun masih belum optimal, oleh karena itu diperlukan sinergi dari kalangan *stakeholder* dalam merumuskan kebijakan strategis dalam membangun keunggulan daya saing UMKM dalam memasuki masyarakat ekonomi Asean (MEA) dan persaingan pasar global. Keberlanjutan usaha UMKM merupakan upaya strategis dalam rangka memperkuat sistim perekonomian dan jati diri suatu bangsa, khususnya perekonomian domestik yang mengarah pada kemandirian anggaran, oleh karena itu pengembangan kompetensi manajemen bagi pelaku UMKM harus diarahkan pada beberapa kebijakan strategis sebagai berikut:
 - a. Terciptanya pelaku UMKM yang berkompeten, kreatif dan inovatif, sehingga mampu dan siap menghadapi berbagai tantangan dan persaingan global
 - b. Berorientasi pada bisnis, bukan sekedar membuka usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya tetapi untuk meraih profit, menciptakan nilai tambah ekonomi dari berbagai sumberdaya yang lebih produktif
 - c. Meningkatkan tingkat kemampuan manajerial yang mumpuni guna untuk mengelola usahanya menjadi lebih efektif dan efisien
 - d. Terjalinnnya kemitraan dengan lembaga lain yang lebih baik terkait dengan akses pembiayaan, akses pasar, akses permodalan, akses sumberdaya dan akses keberlanjutan usaha, dalam rangka menyiapkan diri untuk menghadapi persaingan pasar domestik dan pasar global
 - e. Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi, dalam rangka menuju pada bisnis berbasis digital, hal ini tentu akan menunjang implementasi bisnis yang cepat, jangkauan luas, berkerja efisien dan kinerja bisnis semakin baik.
12. Sentra UMKM merupakan suatu kawasan yang dihuni oleh sekelompok orang yang menjalankan kegiatan usaha yang sama, karena adanya panggilan jiwa dan merasa senang

dan sepenaggungan, memiliki tujuan sama, memiliki komunitas yang sama bahkan terbentuk dari faktor lingkungan yang sama. Namun dalam perkembangannya sentra UMKM harus diupayakan berada dalam lokasi yang sama dan khusus bagi pelaku usaha, agar mempermudah proses pembinaan, pengembangan usahanya, pengawasan dan tujuan lainnya. Kegiatan usaha yang tergabung dalam sentra UMKM akan memperoleh nilai manfaat lebih baik daripada melakukan usaha dilokasi sendiri, oleh karena itu sentra UMKM masih dibutuhkan dalam rangka pengembangan usaha dari kelompok masyarakat, adapun nilai tambah yang diperoleh pelaku usaha yang berada di sentra UMKM adalah:

- a. Transformasi *hardskill* dan *softskill* dapat berjalan lebih lancar diantara para pelaku sektor UMKM, karena berada dalam satu kawasan, sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama, bahkan semua proses akan berjalan secara alami (informal), sehingga aktivitas usaha dapat dipantau dengan cara yang mudah, lancar, efektif dan efisien.
- b. Komunikasi semua aspek kegiatan di sentra UMKM akan berjalan efektif dan efisien, karena bersifat informal dan melibatkan pelaku yang karakteristiknya cenderung relatif sama.
- c. Memudahkan konsumen atau masyarakat untuk memenuhi kebutuhan suatu produk yang diinginkan dengan cara mengenalinya melalui sentra UMKM di lokasi tertentu sekaligus alternatif pilihan produk yang diinginkan menjadi lebih banyak dan variatif
- d. Ajang pengenalan produk yang sangat efektif dan efisien, karena tidak harus melakukan promosi secara individual, konsumen datang dan mengenalinya sendiri ke lokasi, tinggal bagaimana cara menciptakan suasana tempat usaha yang menarik, nyaman dan bersahabat dengan para pembeli
- e. Akses informasi dan kemitraan dengan lembaga lain akan menjadi mudah dan cepat karena semua proses kemitraan akan berlangsung ditempat lokasi usaha serta memberi rasa aman bagi mitranya. Kemitraan menjadi bagian strategi penting dalam pengembangan usaha maupun sentra UMKMnya sendiri, oleh karena itu sentra UMKM dibutuhkan untuk menjamin keberlanjutan usaha sektor UMKM baik disaat sekarang maupun dimasa yang akan datang.

5. Luaran Yang Dicapai

Tujuan penelitian ini adalah merumuskan model pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi Jawa Timur, dengan harapan dapat memberi solusi atas permasalahan manajemen yang dihadapi oleh pelaku UMKM selama ini, agar pengembangan usahanya menjadi efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan potensi ekonomi masyarakat menjadi lebih baik dan mampu berkontribusi riil bagi kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan wisata religi di Jawa Timur. Penelitian ini memiliki target luaran pada tahun ketiga yang terdiri dari luaran wajib dan luaran tambahan yang meliputi:

1. Luaran wajib:

Perekayasaan Sosial: Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur atau HKI (hak cipta atas model)

2. Luaran tambahan:

- a. Artikel Ilmiah Jurnal Internasional
- b. Buku Ajar Manajemen UMKM: Pengembangan Usaha Sektor UMKM Berbasis Keunggulan Kompetitive Berkelanjutan (ISBN)
- c. Pemakalah dalam pertemuan ilmiah nasional (seminar/prosiding)

Capaian luaran pada akhir tahun pertama penelitian telah terealisasi, kemudian disambung dengan capaian luaran tahun kedua dan dilanjut dengan capaian luaran tahun ketiga sesuai dengan kontrak penelitian yang dijanjikan, sedangkan untuk capaian luaran tambahan realiasinya akan berlanjut pada tahun berikutnya (ts_1). Untuk memberikan gambaran secara lebih rinci tentang capaian luaran tahun ketiga maka dapat dirinci dalam tabel: 14 sebagai berikut:

Tabe 14: Capaian Luaran Pada Tahun ketiga

No	Jenis Luaran	Target Luaran	Capaian	Keterangan
1	Laporan Penelitian Utama	terlaksana	terlaksana-t _s	Upload Simlitabmas
2	Perekayasaan Sosial: Model Pengembangan	terlaksana	terlaksana-t _s	ISBN: 978-602-1187-82-4
3	Hak Kekayaan Intelektual: Hak Cipta	terlaksana	terlaksana-t _s	Pengajuan: EC00201981954 Pencatatan: 000164040
4	Seminar Nasional: Prosiding	draft	terlaksana-t _s	SENIMA-4 UNESA Surabaya, 5 Oktober 2019
5	Artikel Ilmiah: Jurnal internasional	draft	Proses-t ₁	2 st Review
6	Buku Ajar: Manajemen UMKM	draft	terlaksana-t ₁	ISBN: 978-602-1187-82-1 Hak Cipta: 000164041

Keterangan Capaian Luaran:

1. Laporan penelitian utama:

Laporan induk penelitian atas hasil penelitian tahun ketiga (2019)

2. Perekayasaan Sosial:

Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur (ISBN 978-602-1187-82-4, Penerbit CV.Putra Media Nusantara Surabaya IKAPI No. 125/JTI/2010)

3. Hak Kekayaan Intelektual (hak cipta):

Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur (Pengajuan: EC00201981954; Nomor Pencatatan Hak Cipta: 000164040)

4. Prosiding/seminar nasional:

Memacu Pertumbuhan Usaha Melalui Orientasi Pemilik UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur (SENIMA-4 UNESA Surabaya)

5. Jurnal Ilmiah Internasional:

Competitiveness and Performance Reconstruction of MSMEs in Relegious Tourism Region in East Java (2st Review, HELIYON-D-19-01579)

6. Buku MANAJEMEN UMKM:

Pengembangan Usaha Sektor UMKM Berbasis Keunggulan Kompetitive Berkelanjutan ISBN: 978-602-1187-82-1; Hak Cipta: 000164041; CV.PMN Sby; IKAPI No. 125/JTI/2010

5.1 Laporan Penelitian

Laporan penelitian utama merupakan wujud pertanggungjawaban peneliti kepada pemberi dana dalam hal ini Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang tertuang dalam suatu Surat Keputusan Nomor: 7/E/KPT/2019; Nomor: 113/SP2H/LT/DRPM/2019; Nomor: 008/SP2H/MONO/L7/2019; Nomor: 163C/NR-LPPM-03/IV/2019. Hasil penugasan ini telah di monev secara internal sebelum laporan kemajuan tahap pertama (70%) di upload. Dalam monev internal telah dilakukan monitoring dan evaluasi secara langsung terkait dengan target luaran yang telah dijanjikan oleh peneliti yang tertuang dalam proposal penelitian. Laporan penelitian yang disertai dengan luarannya semua telah dievaluasi dan dicek secara langsung oleh *reviewer* yang dihadirkan untuk melakukan monev eksternal sebagaimana yang telah peneliti buat dalam rincian yang tercermin pada tabel 5.18 diatas.

5.2 Perekayasaan Sosial

Perekayasaan sosial merupakan produk luaran yang berwujud model, desain kebijakan dan perekayasaan lain yang dapat dijadikan panduan bagi masyarakat, organisasi dan pemangku kepentingan lain untuk melakukan suatu perbaikan sistem maupun tata kelola. Judul Perekayasaan Sosial: “Model Pengembangan Usaha sektor UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur”. Model kebijakan yang ada dalam buku ini berisi tentang pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi khususnya menyangkut kemitraan *stakeholder*, sinergi sumberdaya serta budaya kreatif dan inovatif, sehingga model ini dapat dipergunakan sebagai model panduan untuk pengembangan usaha sektor UMKM yang lebih efektif, karena produknya

berupa buku, maka model perekayasaan sosial ini juga didaftarkan ISBN dengan nomor registrasi: ISBN: 978-602-1187-82-4

5.3 Paten Sederhana

Paten sederhana (hak cipta) perekayasaan sosial: “Model Pengembangan Usaha Sektor UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur” merupakan salah satu luaran wajib alternatif yang dapat di sandingkan dengan luaran wajib lainnya yang berupa perekayasaan sosial pada tahun ini (ts). Hak cipta telah didaftarkan melalui Dirjen HKI pada tanggal 14 Nopember 2019. Nomor bukti pengajuan: EC00201981954; Nomor Pencatatan; 000164040.

5.4 Proseding Nasional

Seminar nasional proseding sebagai pembicara merupakan luaran tambahan yang bertujuan untuk meningkatkan publikasi ilmiah dan sosialisasi hasil penelitian melalui forum seminar nasional, agar hasil penelitiannya dapat dikenal masyarakat dan memiliki manfaat bagi pihak lain, baik untuk diimplementasikan maupun untuk pengembangan pengetahuan baru. Judul seminar nasional dalam bentuk Proseding adalah: “Memacu Pertumbuhan Usaha Melalui Orientasi Pemilik UMKM Kawasan Wisata Religi Di Jawa Timur”. Seminar Nasional ini di selenggarakan oleh Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Negeri Surabaya (UNISA), yang diikuti oleh 92 pemakah, 36 perguruan tinggi yang datang dari sebelas propinsi, seminar telah digelar pada tanggal 5 Oktober 2019 dengan melakukan paparan dan diskusi secara terbuka.

5.5 Publikasi Jurnal Ilmiah

Jurnal ilmiah merupakan luaran tambahan yang bertujuan untuk publikasi karya ilmiah peneliti di kancah internasional, oleh karena itu pada tahun pertama (t_s) peneliti mentargetkan dapat menyelesaikan draft jurnal dan dipublikasikan pada tahun depan (t₁). Judul jurnal ilmiah adalah: “*Competitiveness and Performance Reconstruction of MSMEs in Relegious Tourism Region in East Java* (2st Review, HELIYON-D-19-01579). Proses perbaikan telah selesai dan summit kedua telah dilakukan pada tanggal, 14 Nopember 2019.

5.6 Buku Ajar

Buku ajar merupakan luaran tambahan yang bertujuan untuk meningkatkan pengayaan materi mata kuliah Manajemen Koperasi dan UMKM berbasis riset, sehingga dapat menggambarkan kondisi riil terkait dengan pengembangan usaha sektor UMKM, khususnya dalam membantu pengembangan manajemen yang sesuai untuk pelaku UMKM, sehingga pengembangan usaha dapat berjalan dengan baik, adapun judul buku ini adalah MANAJEMEN UMKM: Pengembangan Usaha Sektor UMKM Berbasis Keunggulan Kompetitive Berkelanjutan dengan nomor ISBN 978-602-1187-82-1. Anatomi buku ini terdiri dari delapan bab yang meliputi cara pengembangan usaha dengan menggunakan sumber keunggulan kompetitive berkelanjutan, publish bulan Nopember 2019.

D. STATUS LUARAN: Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan pada tahun pelaksanaan penelitian. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta unggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui Simlitabmas mengikuti format sebagaimana terlihat pada bagian isian

LUARAN WAJIB:

Tahun	Jenis Luaran	Status Capaian	Keterangan
2019	Perekayasaan Sosial: Model	Publish, ISBN: 978-602-1187-82-4	CV.Putra Media Nusantara Surabaya IKAPI No. 125/JTI/2010
2019	HKI: Hak cipta Model	Tercatat No: EC00201981954	No.Pecatatan: 000161040

LUARAN TAMBAHAN:

Tahun	Jenis Luaran	Status Capaian	Keterangan
2019	Buku Ajar: Manajemen UMKM	Publish, ISBN: 978-602.1187-82-1 HKI No. Pencatatan: 000164041	CV.Putra Media Nusantara Surabaya IKAPI No. 125/JTI/2010
2019	Publikasi Ilmiah: Seminar Nasional/prosiding	Terlaksana, 5 Oktober 2019	Jurusan Manajemen-FEB UNESA Seminar Nasional Manajemen-4
2019	Publikasi ilmiah Jurnal Internasional	2 st Review (<i>resummit</i>)	Munuscript Number Heliyon-D-19-01579

E. PERAN MITRA: Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (jika ada). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui Simlitabmas mengikuti format sebagaimana terlihat pada bagian isian mitra.

Mitra dalam penelitian ini memiliki peran membantu sebagai sampel sumberdata yang memberi kontribusi dalam memberi informasi dan pengumpulan data terkait dengan proses studi pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur, sekaligus sebagai user atau pengguna untuk menerapkan hasil model perekayasa sosial didalam manajemen pelaku usaha sektor UMKM kawasan wisata religi, sekaligus mitra dalam program pendampingan implementasi model dan program pengembangan usaha sektor UMKM kawasan wisata religi di Jawa Timur, khususnya bagi komunitas pelaku UMKM kawasan wisata religi Sunan Bonang di Tuban. Kami telah bermitra dengan UPTD Taman Hiburan Pantai Kenjeran, Wisata Air Kalimas Dan Wisata Religi Ampel Surabaya, namun dalam proses di lapangan justru kelompok UMKM yang tersebar di Kabupaten malah lebih berminat untuk menjadi mitra, untuk memenuhi harapan dari kelompok UMKM di Kab. Tuban, kami telah mendesain Pusat Pelatihan Manajemen UMKM Jawa Timur (*training management center of MSMEs at East Java*) berbasis aplikasi Android, hasil kerja sama dengan Prodi teknik Informamasi (Proses pengerjaan)

F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

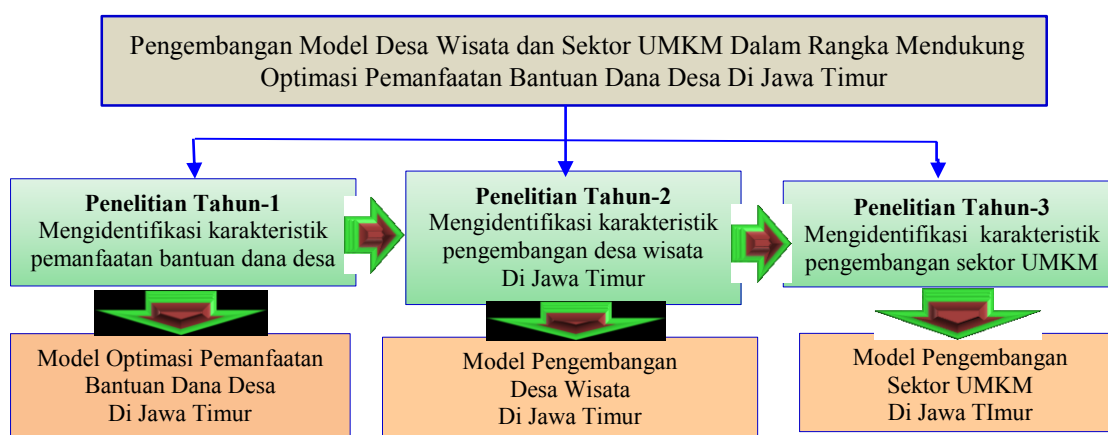
Kendala yang sering kami hadapi selama ini terbagi menjadi dua bagian yaitu kendala **internal** yang terjadi dikalangan anggota tim, diantaranya sering terjadi perubahan jadwal yang sudah kita sepakati karena adanya kegiatan internal lembaga sendiri, (kegiatan internal kampus), sedangkan kendala kedua adalah hambatan **eksternal** diantaranya sulitnya menembus kalangan birokrasi, sudah janjian batal, dan sulit untuk memasuki wilayah tertentu. Sedangkan terkait untuk capaian luaran paling sulit kita hadapi adalah proses publikasi jurnal internasional diantaranya publisher yang berubah statusnya, sehingga kita harus menarik artikel yang sudah terlanjur antri lama untuk dimasukkan ke publisher lain, apalagi adanya kendala bahasa, budaya dan persepsi pengetahuan antara penulis artikel dengan reviewer luar negeri terhadap substansi yang kita tulis dalam artikel jurnal (saat mereview artikel jurnal), disamping itu biaya pendaftaran untuk prabayar sebagian besar masih cukup mahal, seringkali kami sulit memenuhi dengan anggaran yang sudah kita rencanakan.

G. RENCANA TINDAK LANJUT PENELITIAN: Tuliskan dan uraikan rencana tindaklanjut penelitian selanjutnya dengan melihat hasil penelitian yang telah diperoleh. Jika ada target yang belum diselesaikan pada akhir tahun pelaksanaan penelitian, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai tersebut.

Rencana tindak lanjut penelitian kami adalah menunggu realisasi publish jurnal yang telah kami siapkan, secara substansi sudah siap, namun secara teknis kami hanya dapat mencoba dan menunggu hasilnya, karena kami hanya dapat menunggu sesuatu yang belum pasti, oleh karena

itu didalam rencana tindak lanjut penelitian ini kami mohon toleransi dari Direktur DRPM melalui laporan ini, agar luaran tambahan yang belum dapat tuntas sampai akhir tahun penelitian, masih diberikan kesempatan untuk melaporkan luaran tambahan ini sampai tahun depan (TS-1), karena kami masih berkeinginan untuk publish di jurnal internasional.

Rencana selanjutnya kami berkeinginan untuk mengembangkan penelitian lanjutan dengan topik yang berbeda tetapi tetap dengan obyek yang sama. Selama ini ketertarikan minat peneliti dengan obyek UMKM masih sedikit, sedangkan disisi lain sektor UMKM merupakan sektor informal yang melibatkan kalangan masyarakat banyak, namun peranannya masih belum optimal, oleh karena itu kami rencanakan penelitian lanjutan terkait dengan tema penguatan kelembagaan UMKM dengan obyek riset tentang “Optimasi pemanfaatan bantuan dana desa dalam rangka pengembangan desa wisata dan sektor UMKM di Jawa Timur, dengan pemilihan lokasi di kota Ngawi, Magetan, Madiun, Ponorogo dan Pacitan dimana secara kebetulan kawasan ini sedang berada di jalur jalan tol yang strategis (jalur Solo-Surabaya) dan kota ini secara kebetulan juga memiliki berbagai potensi yang layak dipasarkan diantaranya wisata desa, wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner dan potensi sumberdaya alam lainnya, adapun rencana tahapan berikutnya kami ajukan skema penelitian dibawah ini.



H. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan akhir yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

1. Choi, J. K., Thangamani, D., & Kissock, K. 2019. A systematic methodology for improving resource efficiency in small and medium-sized enterprises. *Resources, Conservation and Recycling*. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.04.015>
2. Mohamad Radzi, K., Mohd Nor, M. N., & Mohezar Ali, S. 2017. The Impact of Internal Factors on Small Business Success: A Case of Small Enterprises under the FELDA Scheme. *Asian Academy of Management Journal*, 22(1), 27–55. <https://doi.org/10.21315/aamj2017.22.1.2>
3. Mulolli, E., Islami, X., & Skenderi, N. 2017. Business Incubators as a Factor for the Development of SMEs in Kosovo. *International Journal of Management, Accounting and Economics International Journal of Management, Accounting and Economics International Journal of Management, Accounting and Economics*.
4. Ndiaye, N., Abdul Razak, L., Nagayev, R., & Ng, A. 2018. Demystifying small and medium enterprises' (SMEs) performance in emerging and developing economies. *Borsa Istanbul Review*. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2018.04.003>
5. Rauch, E., Dallasega, P., & Matt, D. T. 2017. Critical Factors for Introducing Lean Product Development to Small and Medium sized Enterprises in Italy. In *Procedia CIRP*. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2017.01.031>